

LAMPIRAN



Lampiran 01. Volume Penjualan Produk Makanan dan Minuman Mie Gacoan Singaraja

Bulan	Jumlah Transaksi	Persentase
Januari	47.700	25,37 persen
Februari	49.500	26,32 persen
Maret	44.400	23,61 persen
April	46.400	24,68 persen

Lampiran 02. Pra survei terhadap 10 orang konsumen Mie Gacoan

	Pertanyaan	Persentase	
		Ya	Tidak
1	Apakah Anda sudah pernah mengkonsumsi produk Mie Gacoan?	8	2
2	Apakah Anda merasakan kehandalan pelayan restaurant saat melayani anda di mie gacoan singaraja?	4	6
3	Apakah Anda berniat membeli kembali produk Mie Gacoan?	5	5
4	Apakah Anda mengetahui Mie gacoan sebagai mie pedas no1 di Indinesia?	4	6
5	Apakah Anda merasakan suasana yang nyaman saat menikmati langsung di <i>store</i> Mie Gacoan?	4	6

Lampiran 03. Kuesioner Penelitian

Singaraja, 3 Februari 2025

Lampiran : 4 lembar
Perihal : Pengisian Kuesioner

Kepada Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Ganesha pada Jurusan Manajemen, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Made Agum Beratha
Program Studi : S1 Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Pendidikan Ganesha

Memohon kesediaan dari Bapak/Ibu, Saudara/Saudari untuk sekiranya dapat berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini, berkaitan dengan penyusunan skripsi yang saya lakukan. Topik yang diangkat dalam penelitian ini yaitu Pengaruh *Brand Image*, *Store Atmosphere* dan *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* (Studi pada Konsumen Mie Gacoan di Kota Singaraja). Data yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian. Atas kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari yang bersedia berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini saya ucapkan terima kasih.

Singaraja, 3 Februari 2025

Made Agum Beratha CP.

081236033923

- Apakah Anda pernah membeli Mie Gacoan Singaraja sebelumnya?

Ya	Tidak
----	-------

Jika Anda menjawab Ya, silahkan melanjutkan mengisi kuesioner.

A. Identitas Responden

Beri tanda (✓) pada kotak jawaban

- Nama :
- Alamat :
- Usia :
- Jenis kelamin : ☐ Laki laki ☐ Perempuan
- Pendapatan: ☐ Rp. < 2.500.000
☐ Rp. 2.500.000-5.000.000
☐ Rp. > 5.000.000
- Pekerjaan: ☐ PNS/ TNI/ POLRI ☐ Petani/ Nelayan
☐ BUMN/BUMD ☐ Tidak Bekerja
☐ Swasta
- Pendidikan terakhir : ☐ SD-SMA/ Sederajat ☐ Diploma (S2)
☐ Diploma ☐ Doktor (S3)
☐ Sarjana (S1)
dcdsds

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silahkan Anda pilih jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan apa yang ada di lembar pernyataan kuesioner dengan cara memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

CS : Cukup Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

C. Pernyataan

Brand Image

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Mie Gacoan berhasil membangun asosiasi merek yang kuat dengan citra rasa pedas yang khas, menjadikannya pilihan utama bagi penggemar makanan pedas.					
2	Mie Gacoan berhasil menciptakan asosiasi merek yang kuat dengan pengalaman makan yang seru dan interaktif, di mana konsumen dapat menyesuaikan tingkat kepedasan sesuai selera.					
3	Mie Gacoan menciptakan asosiasi merek yang unik dengan penyajian mie yang tidak hanya menggugah selera, tetapi juga memberikan sensasi sosial, di mana konsumen bisa berbagi pengalaman seru bersama teman-teman.					

Store Atmosphere

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Lahan parkir Mie Gacoan memiliki tempat parkir yang luas dan toilet yang bersih.					
2	Desain dinding Mie Gacoan memberikan kesan yang menarik.					
3	Mie Gacoan mengatur area meja makan dengan cermat, menciptakan pembagian zona yang nyaman untuk pengunjung individu maupun kelompok, sehingga pengalaman makan lebih menyenangkan.					

4	Karyawan Mie Gacoan selalu menempatkan penawaran spesial yang ada di tempat strategis, seperti dekat pintu masuk sehingga menarik perhatian pengunjung.					
---	---	--	--	--	--	--

Service Quality

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Pesanan saya selalu disajikan tepat waktu di Mie Gacoan.					
2	Karyawan Mie Gacoan selalu melayani dengan cekatan.					
3	Karyawan Mie Gacoan mampu menangani keluhan dengan cepat					
4	Karyawan Mie Gacoan selalu memperhatikan kebutuhan saya saat berkunjung.					
5	Karyawan Mie Gacoan membuat makanan dan minuman menggunakan bahan dan peralatan yang steril					

Repurchase Intention

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya berencana untuk kembali mengunjungi Mie Gacoan dalam waktu dekat					
2	Saya akan merekomendasikan Mie Gacoan kepada teman atau keluarga					
3	Saya lebih memilih makan di Mie Gacoan daripada di restoran mie lainnya					
4	Saya tertarik mencoba menu baru yang ditawarkan oleh Mie Gacoan					

Lampiran 04. Tabulasi Validitas dan Reliabilitas Penelitian

Variabel *Repurchase Intention* (Y)

No.	<i>Repurchase Intention</i> (Y)				Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	4	4	4	4	16
2	5	4	5	5	19
3	4	4	4	4	16
4	5	4	5	4	18
5	3	4	4	4	15
6	4	3	4	4	15
7	4	4	4	4	16
8	4	4	4	5	17
9	4	4	4	4	16
10	5	3	4	4	16
11	4	4	4	4	16
12	5	5	5	5	20
13	4	4	5	4	17
14	3	4	5	3	15
15	4	4	5	4	17
16	4	4	4	4	16
17	4	4	5	4	17
18	4	4	4	4	16
19	5	4	5	5	19
20	5	5	5	4	19
21	4	4	4	4	16
22	5	5	5	5	20
23	4	4	5	4	17
24	5	4	4	5	18
25	5	4	5	4	18
26	5	4	4	4	17
27	4	5	4	4	17
28	5	4	5	4	18
29	1	1	1	1	4
30	4	5	4	4	17

Variabel *Brand Image* (X1)

No.	<i>Brand Image</i> (X1)			Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	
1	3	5	4	12
2	5	3	5	13
3	3	5	4	12
4	4	5	4	13
5	2	4	5	11
6	2	4	4	10
7	5	5	5	15
8	4	5	3	12
9	4	4	4	12
10	3	3	5	11
11	3	4	4	11
12	5	5	5	15
13	4	5	3	12
14	5	4	4	13
15	5	4	5	14
16	4	5	4	13
17	5	3	4	12
18	4	3	5	12
19	5	4	5	14
20	5	4	5	14
21	4	5	5	14
22	4	5	4	13
23	4	3	5	12
24	4	3	4	11
25	5	4	5	14
26	1	1	1	3
27	1	1	1	3
28	3	5	5	13
29	5	5	5	15
30	5	5	5	15

Variabel *Store Atmosphere* (X2)

No.	<i>Store Atmosphere</i> (X2)				Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	3	5	4	3	15
2	5	3	5	3	16
3	3	5	4	4	16
4	4	5	4	5	18
5	2	4	5	3	14
6	2	4	4	5	15
7	5	5	5	5	20
8	4	5	3	4	16
9	4	4	4	4	16
10	3	3	5	5	16
11	3	4	4	4	15
12	5	5	5	5	20
13	4	5	3	5	17
14	5	4	4	3	16
15	5	4	5	3	17
16	4	5	4	4	17
17	5	3	4	4	16
18	4	3	5	5	17
19	5	4	5	4	18
20	5	4	5	5	19
21	4	5	5	5	19
22	4	5	4	5	18
23	4	3	5	4	16
24	4	5	4	5	18
25	5	5	5	5	20
26	5	5	4	5	19
27	5	5	4	4	18
28	3	5	4	4	16
29	1	1	1	1	4
30	5	5	5	5	20

Variabel *Service Quality* (X3)

No.	<i>Service Quality</i> (X3)					Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	4	5	3	5	3	20
2	3	5	5	4	5	22
3	3	5	4	5	5	22
4	5	5	4	4	5	23
5	2	4	4	4	3	17
6	4	4	5	5	3	21
7	4	4	3	5	4	20
8	5	4	4	5	5	23
9	4	3	5	5	5	22
10	3	3	4	4	5	19
11	5	5	5	4	4	23
12	5	4	5	5	5	24
13	5	5	4	5	5	24
14	5	3	4	3	5	20
15	4	5	5	4	5	23
16	3	5	4	5	4	21
17	4	5	5	4	4	22
18	5	5	5	5	5	25
19	5	5	5	3	5	23
20	3	5	5	4	5	22
21	4	4	5	5	5	23
22	4	5	5	5	4	23
23	4	5	4	5	4	22
24	4	4	4	4	4	20
25	4	5	5	4	5	23
26	3	4	4	4	5	20
27	4	5	5	4	5	23
28	1	1	1	1	1	5
29	4	5	5	5	5	24
30	5	4	5	5	5	24

Lampiran 05.Tabulasi Penelitian

Variabel *Repurchase Intention* (Y)

No.	<i>Repurchase Intention</i> (Y)				Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	4	4	5	5	18
2	5	3	5	5	18
3	4	4	4	4	16
4	5	4	5	4	18
5	5	4	5	5	19
6	2	3	3	3	11
7	3	3	3	3	12
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	5	5	5	5	20
11	5	5	4	5	19
12	5	5	5	5	20
13	5	4	5	5	19
14	5	5	5	5	20
15	5	3	5	5	18
16	5	5	5	5	20
17	4	3	3	5	15
18	4	4	3	4	15
19	4	4	5	5	18
20	4	5	3	5	17
21	4	3	4	4	15
22	3	3	4	5	15
23	5	3	3	5	16
24	5	4	3	4	16
25	3	1	3	4	11
26	5	3	5	4	17
27	4	3	5	4	16
28	3	5	4	5	17
29	4	3	4	4	15
30	4	5	3	4	16
31	4	4	4	4	16
32	5	3	4	4	16
33	4	5	4	4	17
34	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	16
36	4	4	3	4	15
37	5	4	3	5	17
38	5	5	3	5	18
39	4	4	4	4	16

40	4	4	4	5	17
41	4	4	4	4	16
42	4	5	5	5	19
43	3	4	4	4	15
44	4	4	4	4	16
45	4	4	4	4	16
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	4	4	3	4	15
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	16
51	4	4	4	5	17
52	3	3	4	5	15
53	5	5	4	4	18
54	5	4	3	4	16
55	4	4	3	4	15
56	5	3	5	4	17
57	4	4	4	4	16
58	4	5	4	4	17
59	5	4	4	4	17
60	4	4	4	4	16
61	5	4	5	5	19
62	4	4	4	4	16
63	5	4	5	4	18
64	3	4	4	4	15
65	4	3	4	4	15
66	4	4	4	4	16
67	4	4	4	5	17
68	4	4	4	4	16
69	5	3	4	4	16
70	4	4	4	4	16
71	5	5	5	5	20
72	4	4	5	4	17
73	3	4	5	3	15
74	4	4	5	4	17
75	4	4	4	4	16
76	4	4	5	4	17
77	4	4	4	4	16
78	5	4	5	5	19
79	5	5	5	4	19
80	4	4	4	4	16
81	5	5	5	5	20
82	4	4	5	4	17
83	5	4	4	5	18

84	5	4	5	4	18
85	5	4	4	4	17
86	4	5	4	4	17
87	5	4	5	4	18
88	4	5	5	5	19
89	4	5	4	4	17
90	4	4	5	5	18
91	4	4	4	4	16
92	4	5	5	4	18
93	5	5	5	4	19
94	4	4	4	4	16
95	5	4	3	5	17
96	5	4	5	4	18
97	4	5	4	4	17
98	4	4	4	4	16
99	5	5	4	4	18
100	4	4	4	4	16
101	4	4	5	5	18
102	5	3	5	5	18
103	4	4	4	4	16
104	5	4	5	4	18
105	5	4	5	5	19
106	2	3	3	3	11
107	3	3	3	3	12
108	4	4	4	4	16
109	4	4	4	4	16
110	5	5	5	5	20
111	5	5	4	5	19
112	5	5	5	5	20
113	5	4	5	5	19
114	5	5	5	5	20
115	5	3	5	5	18
116	5	5	5	5	20
117	4	3	3	5	15
118	4	4	3	4	15
119	4	4	5	5	18
120	4	5	3	5	17
121	4	3	4	4	15
122	3	3	4	5	15
123	5	3	3	5	16
124	5	4	3	4	16
125	3	1	3	4	11
126	5	3	5	4	17
127	4	3	5	4	16

128	3	5	4	5	17
129	4	3	4	4	15
130	4	5	3	4	16
131	4	4	4	4	16
132	5	3	4	4	16
133	4	5	4	4	17
134	4	4	4	4	16
135	4	4	4	4	16
136	4	4	3	4	15
137	5	4	3	5	17
138	5	5	3	5	18
139	4	4	4	4	16
140	4	4	4	5	17
141	4	4	4	4	16
142	4	5	5	5	19
143	3	4	4	4	15
144	4	4	4	4	16
145	4	4	4	4	16
146	4	4	4	4	16
147	4	4	4	4	16
148	4	4	3	4	15
149	4	4	4	4	16
150	4	4	4	4	16
151	4	4	4	5	17
152	3	3	4	5	15
153	5	5	4	4	18
154	5	4	3	4	16
155	4	4	3	4	15
156	5	5	5	5	20
157	4	4	4	4	16
158	4	2	4	4	14
159	5	4	5	5	19
160	4	4	2	2	12

Variabel *Brand Image* (X1)

No.	<i>Brand Image</i> (X1)			Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	
1	4	5	4	13
2	5	5	5	15
3	4	3	5	12
4	5	5	5	15

5	4	5	5	14
6	3	2	2	7
7	3	3	3	9
8	4	5	4	13
9	5	5	4	14
10	5	5	5	15
11	5	5	5	15
12	5	5	4	14
13	4	5	5	14
14	5	5	5	15
15	5	5	5	15
16	5	5	5	15
17	5	4	3	12
18	5	5	3	13
19	3	5	5	13
20	5	3	4	12
21	4	3	5	12
22	4	3	3	10
23	4	4	5	13
24	5	3	4	12
25	3	3	3	9
26	5	4	4	13
27	4	4	3	11
28	4	3	5	12
29	4	4	3	11
30	4	3	3	10
31	4	3	4	11
32	4	4	3	11
33	4	3	3	10
34	4	4	5	13
35	3	4	4	11
36	4	5	4	13
37	4	4	3	11
38	5	5	5	15
39	4	3	3	10
40	4	5	4	13
41	5	4	3	12
42	4	5	4	13
43	5	4	4	13
44	4	3	4	11
45	4	5	3	12
46	4	4	3	11
47	4	3	5	12
48	3	5	5	13

49	3	5	4	12
50	5	4	5	14
51	3	4	4	11
52	3	5	4	12
53	5	5	4	14
54	4	4	5	13
55	4	4	4	12
56	4	5	5	14
57	5	5	5	15
58	4	4	5	13
59	4	4	5	13
60	3	5	4	12
61	5	3	5	13
62	3	5	4	12
63	4	5	4	13
64	2	4	5	11
65	2	4	4	10
66	5	5	5	15
67	4	5	3	12
68	4	4	4	12
69	3	3	5	11
70	3	4	4	11
71	5	5	5	15
72	4	5	3	12
73	5	4	4	13
74	5	4	5	14
75	4	5	4	13
76	5	3	4	12
77	4	3	5	12
78	5	4	5	14
79	5	4	5	14
80	4	5	5	14
81	4	5	4	13
82	4	3	5	12
83	4	3	4	11
84	5	4	5	14
85	5	4	4	13
86	5	4	4	13
87	3	5	4	12
88	5	4	5	14
89	5	5	5	15
90	5	5	4	14
91	4	3	5	12
92	4	5	4	13

93	5	5	5	15
94	3	3	3	9
95	5	4	4	13
96	5	4	5	14
97	4	4	4	12
98	5	4	5	14
99	5	5	5	15
100	5	5	3	13
101	4	4	5	13
102	5	5	3	13
103	5	5	3	13
104	4	4	3	11
105	5	5	4	14
106	4	3	4	11
107	5	5	5	15
108	4	3	3	10
109	5	4	4	13
110	4	5	5	14
111	3	4	5	12
112	5	5	5	15
113	5	4	4	13
114	5	3	4	12
115	5	5	5	15
116	4	3	5	12
117	5	5	5	15
118	4	4	5	13
119	5	5	5	15
120	5	4	5	14
121	5	5	5	15
122	5	4	5	14
123	5	5	5	15
124	5	5	4	14
125	5	5	5	15
126	4	4	4	12
127	4	4	5	13
128	5	5	5	15
129	3	5	5	13
130	5	5	5	15
131	3	3	3	9
132	5	5	5	15
133	5	5	5	15
134	5	5	5	15
135	5	5	5	15
136	5	5	5	15

137	5	5	5	15
138	4	5	4	13
139	5	4	5	14
140	5	5	4	14
141	5	5	5	15
142	5	3	4	12
143	5	5	5	15
144	3	2	2	7
145	4	4	3	11
146	5	5	5	15
147	5	5	5	15
148	5	4	4	13
149	4	5	4	13
150	5	5	5	15
151	5	4	5	14
152	3	3	2	8
153	5	5	5	15
154	5	5	5	15
155	5	5	5	15
156	3	3	4	10
157	5	5	5	15
158	5	5	5	15
159	5	5	5	15
160	5	5	5	15

Variabel *Store Atmosphere* (X2)

No.	<i>Store Atmosphere</i> (X2)				Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	4	5	4	4	17
2	5	5	5	5	20
3	4	3	5	4	16
4	5	5	5	5	20
5	4	5	5	5	19
6	3	2	2	2	9
7	3	3	3	3	12
8	4	5	4	5	18
9	5	5	4	3	17
10	5	5	5	5	20
11	5	5	5	5	20

12	5	5	4	5	19
13	4	5	5	5	19
14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	5	4	3	3	15
18	5	5	3	3	16
19	3	5	5	4	17
20	5	3	4	5	17
21	4	3	5	3	15
22	4	3	3	4	14
23	4	4	5	5	18
24	5	3	4	5	17
25	3	3	3	3	12
26	5	4	4	4	17
27	4	4	3	3	14
28	4	3	5	5	17
29	4	4	3	5	16
30	4	3	3	2	12
31	4	3	4	5	16
32	4	4	3	5	16
33	4	3	3	4	14
34	4	4	5	3	16
35	3	4	4	3	14
36	4	5	4	5	18
37	4	4	3	5	16
38	5	5	5	3	18
39	4	3	3	4	14
40	4	5	4	5	18
41	5	4	3	4	16
42	4	5	4	5	18
43	5	4	4	5	18
44	4	3	4	4	15
45	4	5	3	5	17
46	4	4	3	5	16
47	4	3	5	3	15
48	3	5	5	5	18
49	3	5	4	3	15
50	5	4	5	3	17
51	3	4	4	4	15
52	3	5	4	5	17
53	5	5	4	4	18
54	4	4	5	3	16
55	4	4	4	4	16

56	4	5	5	3	17
57	5	5	5	5	20
58	4	4	5	5	18
59	4	4	5	5	18
60	3	5	4	3	15
61	5	3	5	3	16
62	3	5	4	4	16
63	4	5	4	5	18
64	2	4	5	3	14
65	2	4	4	5	15
66	5	5	5	5	20
67	4	5	3	4	16
68	4	4	4	4	16
69	3	3	5	5	16
70	3	4	4	4	15
71	5	5	5	5	20
72	4	5	3	5	17
73	5	4	4	3	16
74	5	4	5	3	17
75	4	5	4	4	17
76	5	3	4	4	16
77	4	3	5	5	17
78	5	4	5	4	18
79	5	4	5	5	19
80	4	5	5	5	19
81	4	5	4	5	18
82	4	3	5	4	16
83	4	3	4	5	16
84	5	4	5	5	19
85	5	4	4	5	18
86	5	4	4	4	17
87	3	5	4	4	16
88	5	4	5	4	18
89	5	5	5	5	20
90	5	5	4	4	18
91	4	3	5	4	16
92	4	5	4	5	18
93	5	5	5	5	20
94	3	3	3	2	11
95	5	4	4	5	18
96	5	4	5	5	19
97	4	4	4	5	17
98	5	4	5	4	18
99	5	5	5	5	20

100	5	5	3	3	16
101	4	4	4	4	16
102	5	5	5	5	20
103	4	4	3	2	13
104	5	5	5	5	20
105	2	2	2	2	8
106	3	3	3	2	11
107	3	3	3	3	12
108	4	4	5	5	18
109	5	5	5	5	20
110	3	2	2	2	9
111	2	2	3	3	10
112	3	4	3	3	13
113	4	3	4	5	16
114	5	5	5	5	20
115	4	5	5	3	17
116	3	3	4	5	15
117	3	3	4	5	15
118	3	4	4	3	14
119	5	5	5	5	20
120	4	4	5	5	18
121	3	4	4	4	15
122	3	3	3	3	12
123	4	4	4	4	16
124	5	5	5	5	20
125	3	4	4	3	14
126	4	5	5	5	19
127	5	5	4	5	19
128	4	5	4	5	18
129	4	4	5	5	18
130	3	4	3	4	14
131	5	5	5	5	20
132	3	4	4	5	16
133	3	3	3	4	13
134	3	5	5	5	18
135	4	5	5	3	17
136	3	4	4	3	14
137	3	5	3	3	14
138	5	5	5	5	20
139	4	4	5	3	16
140	5	5	5	5	20
141	4	4	3	5	16
142	5	2	5	4	16
143	3	5	5	5	18

144	3	4	3	5	15
145	4	4	5	4	17
146	4	5	5	5	19
147	3	3	5	5	16
148	5	5	3	5	18
149	3	4	4	5	16
150	4	3	3	2	12
151	5	5	5	5	20
152	1	2	1	1	5
153	5	5	3	2	15
154	3	3	3	3	12
155	5	2	2	2	11
156	5	5	5	5	20
157	1	1	1	2	5
158	5	5	5	5	20
159	5	5	5	5	20
160	5	5	5	5	20

Variabel *Service Quality* (X3)

No.	<i>Service Quality</i> (X3)					Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	4	5	4	5	5	23
2	5	5	5	5	5	25
3	3	3	4	4	4	18
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	2	3	4	3	4	16
7	3	3	4	3	2	15
8	4	4	5	4	4	21
9	1	5	2	5	5	18
10	5	5	5	5	5	25
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	4	5	5	24
16	5	5	5	5	5	25
17	3	3	4	3	5	18
18	4	4	3	5	5	21

19	5	4	3	5	5	22
20	4	5	5	3	5	22
21	3	4	3	3	5	18
22	5	5	3	5	5	23
23	4	3	3	3	4	17
24	3	4	4	5	5	21
25	2	2	2	2	3	11
26	5	5	5	5	4	24
27	5	5	3	3	4	20
28	5	4	4	3	4	20
29	3	5	4	4	3	19
30	5	5	5	5	3	23
31	5	4	3	3	3	18
32	5	5	4	4	5	23
33	2	4	5	4	4	19
34	4	3	3	3	4	17
35	3	4	4	2	4	17
36	4	4	5	4	4	21
37	4	4	4	3	5	20
38	4	4	5	5	5	23
39	4	5	5	4	3	21
40	3	4	4	5	3	19
41	5	5	4	5	4	23
42	5	4	4	5	4	22
43	4	5	4	4	4	21
44	4	4	3	5	4	20
45	4	3	5	4	5	21
46	4	3	5	3	5	20
47	5	3	4	3	4	19
48	3	4	5	4	5	21
49	4	3	4	4	4	19
50	4	4	4	5	4	21
51	4	4	3	3	3	17
52	3	4	4	4	5	20
53	5	4	5	3	5	22
54	4	5	3	4	5	21
55	4	3	3	3	5	18
56	5	4	4	5	5	23
57	5	4	5	5	5	24
58	5	4	4	4	3	20
59	4	4	4	4	3	19
60	4	5	3	5	3	20
61	3	5	5	4	5	22
62	3	5	4	5	5	22

63	5	5	4	4	5	23
64	2	4	4	4	3	17
65	4	4	5	5	3	21
66	4	4	3	5	4	20
67	5	4	4	5	5	23
68	4	3	5	5	5	22
69	3	3	4	4	5	19
70	5	5	5	4	4	23
71	5	4	5	5	5	24
72	5	5	4	5	5	24
73	5	3	4	3	5	20
74	4	5	5	4	5	23
75	3	5	4	5	4	21
76	4	5	5	4	4	22
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	3	5	23
79	3	5	5	4	5	22
80	4	4	5	5	5	23
81	4	5	5	5	4	23
82	4	5	4	5	4	22
83	4	4	4	4	4	20
84	4	5	5	4	5	23
85	3	4	4	4	5	20
86	4	5	5	4	5	23
87	4	3	5	4	5	21
88	4	5	5	5	4	23
89	5	4	5	4	4	22
90	4	4	5	5	4	22
91	4	5	5	4	5	23
92	5	5	4	4	5	23
93	5	5	5	5	5	25
94	4	4	4	4	4	20
95	5	3	3	3	4	18
96	5	4	5	5	5	24
97	4	5	5	4	5	23
98	4	3	5	2	2	16
99	5	5	5	5	5	25
100	2	5	5	5	5	22
101	4	5	4	5	5	23
102	5	5	5	5	5	25
103	3	3	4	4	4	18
104	5	5	5	5	5	25
105	5	5	5	5	5	25
106	2	3	4	3	4	16

107	3	3	4	3	2	15
108	4	4	5	4	4	21
109	1	5	2	5	5	18
110	5	5	5	5	5	25
111	5	5	5	5	5	25
112	5	5	5	5	5	25
113	5	5	5	5	5	25
114	5	5	5	5	5	25
115	5	5	4	5	5	24
116	5	5	5	5	5	25
117	3	3	4	3	5	18
118	4	4	3	5	5	21
119	5	4	3	5	5	22
120	4	5	5	3	5	22
121	3	4	3	3	5	18
122	5	5	3	5	5	23
123	4	3	3	3	4	17
124	3	4	4	5	5	21
125	2	2	2	2	3	11
126	5	5	5	5	4	24
127	5	5	3	3	4	20
128	5	4	4	3	4	20
129	3	5	4	4	3	19
130	5	5	5	5	3	23
131	5	4	3	3	3	18
132	5	5	4	4	5	23
133	2	4	5	4	4	19
134	4	3	3	3	4	17
135	3	4	4	2	4	17
136	4	4	5	4	4	21
137	4	4	4	3	5	20
138	4	4	5	5	5	23
139	4	5	5	4	3	21
140	3	4	4	5	3	19
141	5	5	4	5	4	23
142	5	4	4	5	4	22
143	4	5	4	4	4	21
144	4	4	5	5	4	22
145	4	3	5	4	5	21
146	3	1	2	2	1	9
147	5	3	4	3	2	17
148	3	4	5	4	5	21
149	4	3	4	4	4	19
150	4	4	4	5	4	21

151	3	2	3	3	3	14
152	3	5	5	5	5	23
153	5	4	5	3	5	22
154	4	2	3	4	5	18
155	2	1	3	3	2	11
156	5	5	5	5	5	25
157	5	4	5	5	5	24
158	2	4	2	2	2	12
159	2	2	2	4	3	13
160	2	2	2	2	2	10



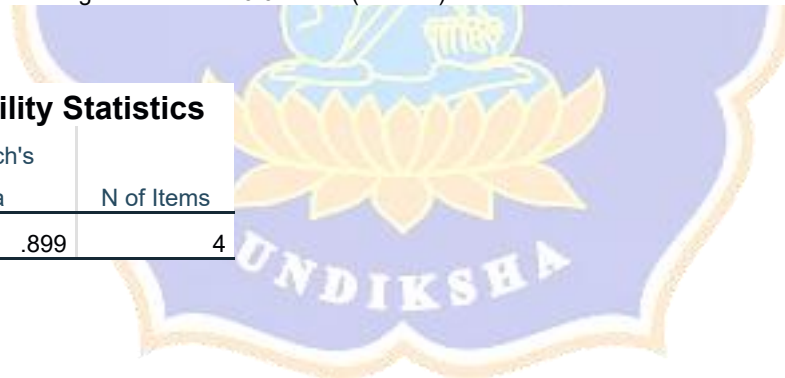
Lampiran 06. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel *Repurchase Intention* (Y)

		Correlations				
		y.1	y.2	y.3	y.4	total_y
y.1	Pearson Correlation	1	.603**	.710**	.804**	.895**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
y.2	Pearson Correlation	.603**	1	.694**	.690**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
y.3	Pearson Correlation	.710**	.694**	1	.659**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
y.4	Pearson Correlation	.804**	.690**	.659**	1	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
total_y	Pearson Correlation	.895**	.844**	.875**	.895**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.899	4



Variabel *Brand Image* (X1)

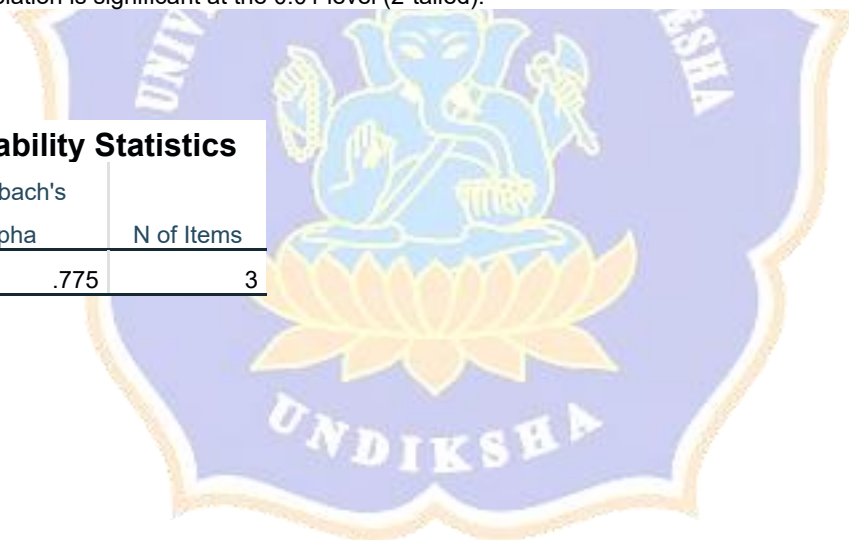
Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	total x1
x1.1	Pearson Correlation	1	.463**	.643**	.853**
	Sig. (2-tailed)		.010	.000	.000
	N	30	30	30	30
x1.2	Pearson Correlation	.463**	1	.506**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.010		.004	.000
	N	30	30	30	30
x1.3	Pearson Correlation	.643**	.506**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.000
	N	30	30	30	30
total_x1	Pearson Correlation	.853**	.788**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	3



Variabel *Store Atmosphere* (X2)**Correlations**

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	total x2
x2.1	Pearson Correlation	1	.357	.513**	.398*	.770**
	Sig. (2-tailed)		.053	.004	.030	.000
	N	30	30	30	30	30
x2.2	Pearson Correlation	.357	1	.238	.564**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.053		.206	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
x2.3	Pearson Correlation	.513**	.238	1	.471**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.004	.206		.009	.000
	N	30	30	30	30	30
x2.4	Pearson Correlation	.398*	.564**	.471**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.030	.001	.009		.000
	N	30	30	30	30	30
total_x2	Pearson Correlation	.770**	.721**	.719**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	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
.744	4



Variabel Service Quality (X3)**Correlations**

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	total x3
x3.1	Pearson Correlation	1	.407*	.503**	.424*	.559**	.758**
	Sig. (2-tailed)		.026	.005	.019	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x3.2	Pearson Correlation	.407*	1	.583**	.518**	.446*	.763**
	Sig. (2-tailed)	.026		.001	.003	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x3.3	Pearson Correlation	.503**	.583**	1	.453*	.673**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.005	.001		.012	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x3.4	Pearson Correlation	.424*	.518**	.453*	1	.403*	.718**
	Sig. (2-tailed)	.019	.003	.012		.027	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x3.5	Pearson Correlation	.559**	.446*	.673**	.403*	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	.001	.013	.000	.027		.000
	N	30	30	30	30	30	30
total_x3	Pearson Correlation	.758**	.763**	.828**	.718**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

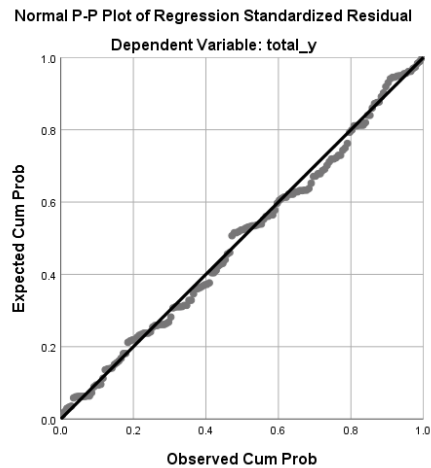
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.831	5

Lampiran 07. Hasil Pengujian Asumsi

Uji Normalitas

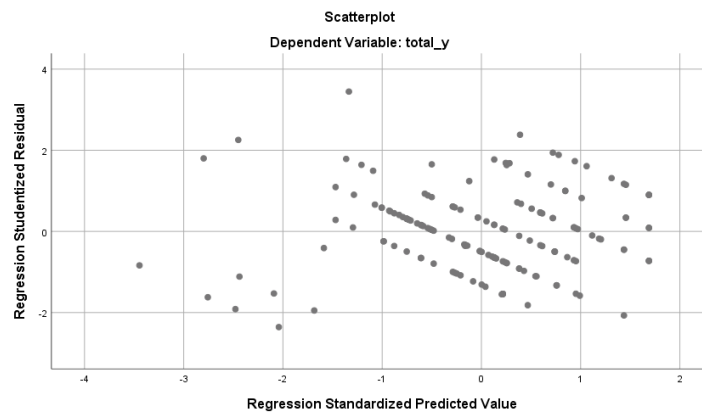


One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00000000
	Std. Deviation	1.23570814
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.049
	Negative	-.040
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Brand Image (X ₁)	0,889	1,125
Store Atmosphere (X ₂)	0,873	1,145
Service Quality (X ₃)	0,979	1,022

Uji Heteroskedastisitas



<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	1.412	.566		2.493	.014
	<i>Brand Image (X₁)</i>	.065	.035	.155	1.872	.063
	<i>Store Atmosphere (X₂)</i>	-.040	.022	-.154	-1.842	.067
	<i>Service Quality (X₃)</i>	-.030	.018	-.132	-1.681	.095

Lampiran 08. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	5.039	.963		5.233	.000
	<i>Brand Image (X₁)</i>	.169	.059	.165	2.872	.005
	<i>Store Atmosphere (X₂)</i>	.143	.037	.227	3.909	.000
	<i>Service Quality (X₃)</i>	.338	.030	.620	11.323	.000

Lampiran 09. Hasil Pengujian Hipotesis

Uji-t

Variabel	<i>t_{hitung}</i>	<i>t_{tabel}</i>	<i>Sig.</i>	$\alpha = 5\%$	Keterangan
<i>Brand Image (X₁)</i>	2,872	1,654	0,005	0,05	Signifikan
<i>Store Atmosphere (X₂)</i>	3,909	1,654	0,000	0,05	Signifikan
<i>Service Quality (X₃)</i>	11,323	1,654	0,000	0,05	Signifikan

Uji-F

<i>ANOVA^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	286.711	3	95.570	61.407	.000 ^b
	<i>Residual</i>	242.789	156	1.556		
	<i>Total</i>	529.500	159			

Lampiran 010. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R²)

<i>Model Summary^b</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.736 ^a	.541	.533	1.248

Lampiran 011. Dokumentasi Penelitian





RIWAYAT HIDUP



Made Agum Beratha lahir di Singaraja pada tanggal 11 Desember 2002. Penulis lahir dari pasangan suami istri Kadek Robiana dan Ni Komang Sariyasih Pujeni. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Kini penulis beralamat di Jalan Surapati No. 178a, Banyuning, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD LAB SCHOOL dan lulus pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan di SMP Negeri 1 Singaraja dan lulus pada tahun 2018. Pada tahun 2021 penulis lulus dari SMA Negeri 1 Singaraja dan melanjutkan ke Universitas Pendidikan Ganesha, Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen. Pada Semester akhir tahun 2025 penulis telah menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *Store Atmosphere* dan *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* (Studi pada Konsumen Mie Gacoan di Kota Singaraja)”.

