

## Lampiran 01. Observasi Awal



## Lampiran 02. Kuesioner Penelitian

### A. Identitas Responden

1. Apakah anda pernah ke toko Sporthouse untuk membeli sepatu olahraga dengan brand Ortuseight, Specs dan Mills lebih dari satu kali?

Pernah

Tidak

Apakah anda berasal atau berdomisili di Kecamatan Buleleng

Iya

Tidak

Jika anda menjawab pernah dan berasal atau berdomisili anda akan melanjutkan pengisian kuesioner tetapi jika anda menjawab tidak pengisian kuesioner tidak dilanjutkan

2. Nama :

3. Alamat (Kecamatan Buleleng) :

4. Usia :  17 – 19 tahun

20 – 24 tahun

25 – 29 tahun

30 – 34 tahun

35 – 40 tahun

5. Pekerjaan :  S/ASN

Pegawai Swasta

Pengusaha/Wirausaha

Pelajar/Mahasiswa

Ibu Rumah Tangga

Belum Bekerja

6. Jenis Kelamin :  Laki – Laki

Perempuan

7. Untuk Keperluan apa anda lebih sering menggunakan sepatu olahraga

Untuk berolahraga (Jogging, Gym, Futsal dan lain - lain)

Untuk aktivitas sehari- hari (Kuliah, Jalan - Jalan, dan Bekerja)

Sering antara olahraga dan aktivitas sehari – hari

Tidak pernah menggunakan sepatu olahraga

### B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Petunjuk Pengisian Kuesioner

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Cukup Setuju (CS)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

### C. Pernyataan

#### *Store Atmosphere*

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
			5	4	3	2	1
1.	<i>Exterior Display</i> (Tampilan Luar Toko)	Saya merasa lokasi toko Sporthouse kota Singaraja sangat strategis.					
2.	General Interior (Tampilan Umum Interior)	Saya merasa aroma di dalam toko Sporthouse membuat nyaman saat berbelanja.					
3.	Store Layout (Tata Letak Toko)	Saya merasa tata letak rak sepatu toko Sporthouse sangat luas untuk memudahkan dalam berbelanja.					
4.	Interior Display (Penataan Interior Produk)	Saya merasa interior dalam toko Sporthouse ditata dengan menarik					

#### *Brand Image*

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
			5	4	3	2	1
1.	<i>Reputation</i> (Reputasi / Nama Baik)	Saya merasa merek-merek sepatu olahraga yang ditawarkan toko Sporthouse memberikan reputasi yang					

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
			5	4	3	2	1
		baik ke konsumen terutama pada merek Ortuseight, Specs, Mills					
2.	<i>Recognition</i> (Pengenalan / Pengakuan Merek)	Saya merasa merek dari produk sepatu olahraga toko Sporthouse sudah dikenali luas oleh konsumen terutama pada merek Ortuseight, Specs, Mills.					
3.	<i>Affinity</i> (Keterikatan Emosional)	Saya merasa merek dari produk sepatu olahraga toko Sporthouse memiliki banyak manfaat bagi konsumen terutama pada merek Ortuseight, Specs, Mills					
4.	<i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek)	Saya sudah melakukan pembelian lebih dari sekali di Sporthouse karena sesuai dengan yang diharapkan terutama pada merek Ortuseight, Specs, Mills.					

### Keputusan Pembelian

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
			5	4	3	2	1
1.	Pengenalan Masalah	Saya harus membeli produk dari merek Ortuseight, Mills, Specs di toko Sporthouse karena kebutuhan saya akan kualitas dan kenyamanan saat berolahraga.					
2.	Pencarian Informasi	Saya merasa mudah dalam mencari informasi tentang produk merek Ortuseight, Specs, Mills di toko Sporthouse.					
3.	Evaluasi Alternatif	Saya merasa kualitas dari sepatu olahraga dengan produk merek Ortuseight, Specs, Mills yang ditawarkan toko Sporthouse sesuai dengan harga yang ditawarkan.					

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
			5	4	3	2	1
4.	Keputusan Pembelian	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian produk merek Ortuseight, Specs, Mills dari toko Sporthouse karena sesuai dengan keinginan saya.					
5.	Perilaku Setelah Pembelian	Saya merasa puas setelah melakukan pembelian pada produk sepatu olahraga merek Ortuseight, Specs, Mills dari toko Sporthouse.					

### Lampiran 03. Deskripsi Data Responden

#### Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	66	51%
Laki -Laki	64	49%
Total	130	100%

#### Usia

Usia	Jumlah	Presentase
17 – 19 Tahun	47	36%
20 – 22 Tahun	69	53%
23 – 25 Tahun	8	6%
26 – 28 Tahun	2	2%
29 – 31 Tahun	1	1%
32 – 34 Tahun	1	1%
35 – 37 Tahun	1	1%
38 – 40 Tahun	0	0%

#### Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	96	74%
Pegawai Swasta	11	8%
PNS/ASN	5	4%
Pengusaha/Wirausaha	2	2%

Ibu Rumah Tangga	2	2%
Belum Bekerja	8	6%
Lainnya	6	4%
Total	130	100%

Keperluan untuk menggunakan sepatu olahraga

Keperluan menggunakan sepatu olahraga	Jumlah	Presentase
Untuk berolahraga (Jogging, Gym, Futsal dan lain - lain)	83	64%
Untuk aktivitas sehari- hari (Kuliah, Jalan - Jalan, dan Bekerja)	29	22%
Sering antara olahraga dan aktivitas sehari - hari	18	14%

**Lampiran 04. Tabulasi Data Sampel Kecil N = 35**

No	Store Atmosphere				T	Brand Image				T	Keputusan Pembelian					T	Y	
	X	X	X	X		X	X	X	X		X	Y	Y	Y	Y			Y
	1.	1.	1.	1.	1	2.	2.	2.	2.	2	1	2	3	4	5			
	1	2	3	4		1	2	3	4									
1	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	3	4	4	3	18		
2	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19		
3	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20		
4	5	4	4	4	17	5	4	5	4	18	5	2	4	2	3	16		
5	5	4	3	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	19		
6	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	25		
7	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	4	4	5	5	23		
8	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	20		
9	5	4	4	3	16	4	3	4	3	14	4	4	5	5	5	23		
10	4	5	3	4	16	3	5	5	4	17	3	4	5	3	4	19		
11	5	5	5	5	20	4	2	2	2	10	5	2	2	4	5	18		
12	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25		
13	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	4	5	5	5	24		
14	4	3	5	4	16	5	5	5	4	19	5	5	4	5	5	24		
15	5	4	4	5	18	5	4	5	4	18	4	4	4	4	4	20		
16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25		
17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25		

18	4	4	5	4	17	5	5	5	4	19	4	5	5	4	5	23
19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
20	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
21	3	5	5	4	17	4	5	5	5	19	4	5	4	5	4	22
22	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	4	4	5	4	4	21
23	4	5	5	4	18	4	4	4	5	17	5	5	4	5	4	23
24	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20
25	5	5	3	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	24
26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
27	3	3	4	3	13	4	4	3	4	15	3	4	4	3	3	17
28	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	24
29	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	4	5	24
30	4	4	3	4	15	4	4	3	5	16	4	3	4	4	4	19
31	4	3	4	4	15	3	3	3	4	13	4	3	4	4	3	18
32	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	5	4	4	3	5	21
33	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
34	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21
35	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20

**Lampiran 05. Tabulasi Data Responden Sampel Besar**

No	Store Atmosphere				T X	Brand Image				T X	Keputusan Pembelian					T Y
	X	X	X	X		X	X	X	X		Y	Y	Y	Y	Y	
	1.	1.	1.	1.		2.	2.	2.	2.		1	2	3	4	5	
1	3	2	4	3	12	3	5	2	5	15	2	3	3	4	4	16
2	3	2	3	2	10	4	2	1	4	11	4	3	4	2	3	16
3	2	3	3	3	11	3	2	4	3	12	3	5	2	3	4	17
4	5	4	4	4	17	3	2	4	1	10	3	4	2	2	3	14
5	4	3	4	4	15	4	5	4	5	18	3	3	2	5	5	18
6	4	4	3	5	16	2	2	3	4	11	5	5	1	1	3	15
7	2	3	3	2	10	4	4	4	4	16	4	2	4	2	3	15
8	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	5	2	3	3	4	17
9	2	3	4	3	12	3	3	4	4	14	5	2	1	4	5	17
10	3	3	5	4	15	3	4	5	4	16	4	5	3	3	4	19
11	5	4	4	3	16	5	5	5	5	20	4	5	3	3	3	18
12	2	4	5	3	14	3	4	5	4	16	2	4	5	4	3	18
13	4	4	3	2	13	4	3	2	4	13	5	1	4	1	4	15
14	2	3	3	4	12	4	5	4	4	17	5	2	2	3	4	16
15	5	2	4	5	16	5	4	5	4	18	1	5	5	3	3	17
16	5	4	4	2	15	5	4	4	5	18	4	2	4	3	4	17
17	4	5	3	4	16	2	3	4	2	11	5	1	5	4	1	16

No	Store Atmosphere				T X 1	Brand Image				T X 2	Keputusan Pembelian					T Y
	X 1. 1	X 1. 2	X 1. 3	X 1. 4		X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4		X 2	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	
18	5	4	2	2	13	4	4	4	4	16	4	1	5	3	2	15
19	3	2	3	4	12	4	5	5	4	18	2	4	3	5	5	19
20	5	4	3	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	2	4	17
21	5	4	2	2	13	3	2	4	3	12	4	3	5	5	2	19
22	3	2	2	2	9	4	5	4	5	18	5	3	3	5	2	18
23	1	4	3	4	12	4	4	4	4	16	4	3	4	4	2	17
24	4	3	4	5	16	4	5	5	4	18	4	5	1	2	5	17
25	2	5	4	3	14	4	4	4	4	16	4	5	4	2	3	18
26	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	4	4	3	3	3	17
27	4	1	2	4	11	3	4	4	4	15	4	2	2	1	1	10
28	5	4	4	5	18	2	3	3	4	12	4	4	4	3	3	18
29	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	4	5	2	4	2	17
30	4	4	4	4	16	2	4	4	4	14	5	5	3	2	4	19
31	5	4	5	5	19	4	5	4	5	18	2	3	2	5	4	16
32	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	5	4	2	3	18
33	5	5	4	4	18	3	1	5	4	13	4	4	4	4	3	19
34	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18	4	5	3	3	2	17
35	4	4	3	3	14	2	3	3	4	12	2	3	3	1	4	13
36	3	4	4	4	15	2	2	3	2	9	3	3	4	3	4	17
37	4	2	1	2	9	2	1	2	4	9	1	1	3	2	3	10
38	2	2	4	3	11	3	3	3	2	11	3	2	2	3	3	13
39	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	3	3	4	4	18
40	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18	3	5	2	5	3	18
41	4	5	4	5	18	5	5	5	4	19	3	4	3	3	4	17
42	3	2	2	4	11	3	2	2	1	8	5	1	2	2	3	13
43	2	2	4	4	12	2	4	3	2	11	4	3	3	2	4	16
44	5	5	3	5	18	1	4	2	2	9	4	3	5	1	5	18
45	4	4	4	3	15	4	4	5	5	18	4	3	5	4	3	19
46	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	2	2	5	3	5	17
47	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17	5	5	2	2	3	17
48	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18	2	5	3	3	5	18
49	2	5	4	4	15	4	2	3	4	13	3	4	3	4	4	18
50	3	4	3	4	14	2	5	4	1	12	4	2	3	2	5	16
51	5	3	3	4	15	4	2	1	3	10	2	2	5	3	5	17
52	5	3	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	3	3	5	19
53	3	3	4	3	13	2	2	2	4	10	4	4	1	2	2	13

No	Store Atmosphere				T X 1	Brand Image				T X 2	Keputusan Pembelian					T Y
	X 1. 1	X 1. 2	X 1. 3	X 1. 4		X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4		Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	
54	5	5	5	5	20	3	3	2	2	10	1	2	2	3	3	11
55	4	4	4	4	16	2	4	5	4	15	4	3	3	4	3	17
56	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	3	4	4	4	4	19
57	5	5	4	3	17	5	5	4	4	18	1	5	2	5	3	16
58	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	4	4	5	4	2	19
59	5	3	3	3	14	3	3	3	3	12	4	5	3	3	4	19
60	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	3	3	4	2	13
61	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	2	2	5	18
62	4	3	4	5	16	4	3	2	3	12	3	4	3	5	2	17
63	4	4	4	5	17	4	2	2	3	11	4	3	5	5	2	19
64	4	3	4	3	14	3	3	4	4	14	4	4	4	3	3	18
65	2	3	3	4	12	3	4	2	2	11	3	3	4	3	4	17
66	4	4	5	5	18	2	4	4	4	14	4	3	3	5	2	17
67	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	5	2	5	2	3	17
68	3	4	4	4	15	4	5	5	5	19	5	2	4	4	1	16
69	4	3	4	5	16	3	4	4	3	14	4	5	3	3	4	19
70	5	3	4	2	14	4	3	4	4	15	3	4	3	5	1	16
71	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	3	3	3	18
72	5	4	4	4	17	2	4	2	3	11	5	1	5	3	5	19
73	5	3	3	3	14	3	4	4	4	15	4	2	3	5	5	19
74	3	5	3	4	15	2	1	3	2	8	5	4	3	3	2	17
75	4	5	5	5	19	4	4	5	5	18	2	1	4	3	2	12
76	4	2	2	4	12	4	4	4	4	16	5	5	1	4	4	19
77	5	4	4	3	16	4	5	5	5	19	4	3	4	3	4	18
78	4	5	3	4	16	4	5	3	4	16	3	5	4	4	3	19
79	4	2	5	2	13	2	2	4	5	13	4	2	2	2	5	15
80	3	2	2	5	12	4	1	2	3	10	3	1	1	2	3	10
81	5	3	3	4	15	4	5	5	5	19	5	3	2	4	5	19
82	4	3	5	4	16	5	4	5	5	19	2	3	5	3	5	18
83	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	5	4	5	1	3	18
84	1	4	3	3	11	4	2	1	3	10	2	1	4	2	5	14
85	5	2	3	4	14	2	3	4	3	12	1	2	3	4	2	12
86	3	2	5	3	13	5	5	4	5	19	5	5	3	1	2	16
87	3	4	1	5	13	4	4	4	4	16	4	5	5	2	1	17
88	3	3	3	3	12	3	2	2	3	10	3	3	3	3	3	15
89	3	5	5	4	17	4	3	5	3	15	4	5	3	2	2	16

No	Store Atmosphere				T X 1	Brand Image				T X 2	Keputusan Pembelian					T Y
	X 1. 1	X 1. 2	X 1. 3	X 1. 4		X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4		Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	
90	4	4	5	4	17	4	5	2	3	14	4	5	2	4	4	19
91	4	5	5	4	18	5	3	5	3	16	4	4	4	2	5	19
92	4	4	4	4	16	5	3	2	4	14	3	2	5	5	1	16
93	5	5	3	4	17	5	3	4	5	17	3	2	4	3	4	16
94	4	4	4	4	16	5	2	5	3	15	4	4	4	3	2	17
95	3	3	4	3	13	5	5	3	3	16	4	4	3	4	3	18
96	5	4	2	3	14	3	5	2	5	15	2	3	3	2	4	14
97	5	4	1	2	12	5	4	4	2	15	4	3	5	3	3	18
98	4	4	3	4	15	3	2	4	2	11	4	3	3	5	3	18
99	4	3	4	4	15	3	5	4	5	17	3	3	3	4	4	17
100	5	4	5	5	19	5	4	3	5	17	2	2	5	5	5	19
101	5	5	5	5	20	3	5	4	3	15	1	1	3	4	5	14
102	4	4	5	4	17	2	3	4	4	13	4	2	3	3	5	17
103	4	4	4	4	16	5	3	3	4	15	4	3	5	4	2	18
104	3	2	2	3	10	3	3	5	4	15	5	3	3	5	3	19
105	4	2	2	5	13	3	2	5	1	11	1	1	2	3	2	9
106	4	4	4	4	16	4	3	2	5	14	4	3	5	3	2	17
107	4	1	3	2	10	2	3	4	2	11	1	1	3	3	4	12
108	4	3	4	4	15	3	3	3	3	12	3	4	4	4	3	18
109	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	5	21
110	5	2	4	3	14	3	3	2	5	13	4	4	4	5	4	21
111	4	4	5	4	17	4	3	5	2	14	4	5	3	5	2	19
112	5	4	3	4	16	2	4	4	3	13	2	2	2	1	3	10
113	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	4	2	17
114	3	4	3	2	12	2	5	4	5	16	3	4	4	3	5	19
115	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14	4	4	4	4	4	20
116	4	5	4	5	18	4	5	4	4	17	5	4	4	2	2	17
117	3	2	5	2	12	2	2	3	1	8	3	2	3	1	3	12
118	1	4	1	4	10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
119	4	3	2	4	13	4	4	4	4	16	1	1	4	4	5	15
120	4	3	2	3	12	2	2	2	2	8	2	2	4	2	2	12
121	5	5	2	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
122	4	4	5	4	17	4	5	5	4	18	2	5	4	3	4	18
123	4	5	3	3	15	5	4	5	5	19	5	5	3	2	2	17
124	3	2	5	3	13	3	2	2	3	10	1	3	3	2	2	11
125	4	5	4	5	18	4	5	5	4	18	5	5	3	3	2	18

No	Store Atmosphere				T	Brand Image				T	Keputusan Pembelian					T
	X 1.1	X 1.2	X 1.3	X 1.4		X 2.1	X 2.2	X 2.3	X 2.4		X 2	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	
126	1	2	3	4	10	2	3	4	3	12	2	4	3	4	3	16
127	3	3	3	4	13	3	3	4	3	13	4	4	4	3	3	18
128	2	5	4	3	14	5	4	5	5	19	5	5	4	5	5	24
129	2	3	5	5	15	3	3	2	3	11	3	3	3	2	2	13
130	2	2	4	4	12	2	2	3	3	10	3	2	2	3	2	12

## Lampiran 06. Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Hasil Output SPSS Uji Validitas

#### a. Uji Validitas Store Atmosphere

Dengan N: 35

Correlations						
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	Total
X1_1	Pearson Correlation	1	.533**	.260	.680**	.756**
	Sig. (2-tailed)		.001	.132	.000	.000
	N	35	35	35	35	35
X1_2	Pearson Correlation	.533**	1	.411*	.690**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.001		.014	.000	.000
	N	35	35	35	35	35
X1_3	Pearson Correlation	.260	.411*	1	.601**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.132	.014		.000	.000
	N	35	35	35	35	35
X1_4	Pearson Correlation	.680**	.690**	.601**	1	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	35	35	35	35	35
Total	Pearson Correlation	.756**	.817**	.724**	.918**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	

	N	35	35	35	35	35
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

### b. Uji Validitas *Brand Image*

Correlations						
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	Total
X2_1	Pearson Correlation	1	.500**	.559**	.389*	.714**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.021	.000
	N	35	35	35	35	35
X2_2	Pearson Correlation	.500**	1	.780**	.729**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000	.000
	N	35	35	35	35	35
X2_3	Pearson Correlation	.559**	.780**	1	.608**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	35	35	35	35	35
X2_4	Pearson Correlation	.389*	.729**	.608**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.021	.000	.000		.000
	N	35	35	35	35	35
Total	Pearson Correlation	.714**	.909**	.893**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	35	35	35	35	35
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

### c. Uji Validitas Keputusan Pembelian

Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.322	.231	.457**	.685**	.676**

	Sig. (2-tailed)		.059	.181	.006	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35
Y2	Pearson Correlation	.322	1	.638**	.591**	.590**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.059		.000	.000	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35
Y3	Pearson Correlation	.231	.638**	1	.315	.417*	.687**
	Sig. (2-tailed)	.181	.000		.066	.013	.000
	N	35	35	35	35	35	35
Y4	Pearson Correlation	.457**	.591**	.315	1	.597**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.066		.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35
Y5	Pearson Correlation	.685**	.590**	.417*	.597**	1	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.013	.000		.000
	N	35	35	35	35	35	35
Total	Pearson Correlation	.676**	.842**	.687**	.775**	.849**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	35	35	35	35	35	35
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

## 2. Hasil Output Uji Reliabilitas

Dengan N: 35

### a. Uji Reliabilitas *Store Atmosphere*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.811	4

### b. Uji Reliabilitas *Brand Image*

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	4

### c. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

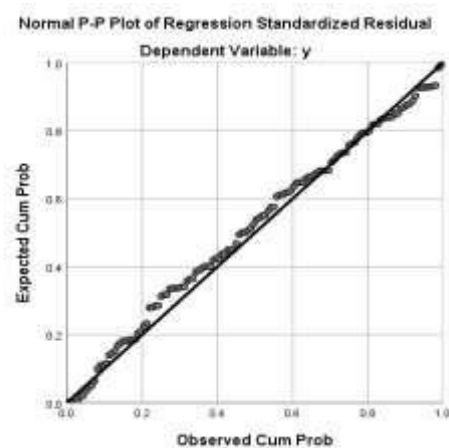
#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	5

## Lampiran 07. Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas dan Uji Kolmogorov-Smirnov



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

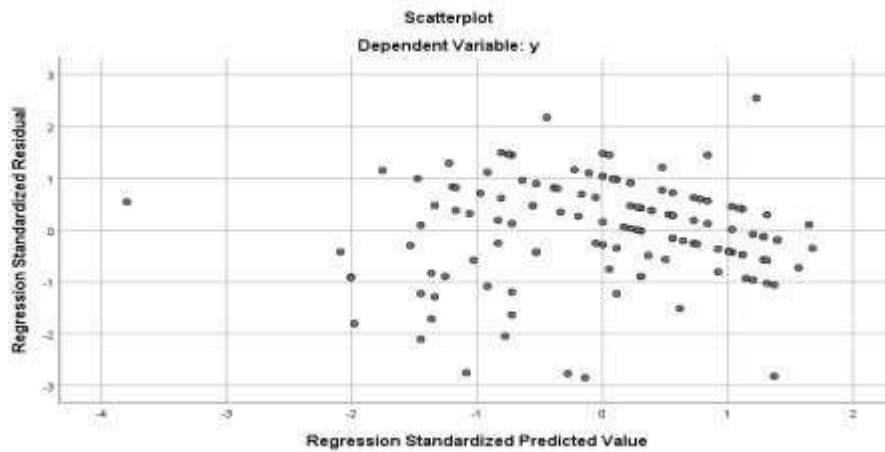
		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.25017670
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.050
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

## 2. Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>	
Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.854	1.170
.854	1.170
a. Dependent Variable: y	

## 3. Uji Heterokedastisitas

### a. Scatterplot



### b. Uji Glejser

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.589	.919		3.906	.000
	X1	-.094	.054	-.158	-1.745	.083
	X2	-.029	.047	-.055	-.611	.542

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Lampiran 08. Hasil Output Uji SPSS Uji Analisis Regresi Linear Berganda

### 1. Determinasi R ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 <sup>a</sup>	.739	.735	1.334

a. Predictors: (Constant), X2, X.1

b. Dependent Variable: Y

### 2. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>
--------------------

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	425.063	2	212.532	61.213	.000 <sup>b</sup>
	Residual	440.945	127	3.472		
	Total	866.008	129			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X.1						

### 3. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.924	.902		16.538	.000
	X.1	-.391	.049	-.529	-7.988	.000
	X2	.518	.054	.640	9.659	.000
a. Dependent Variable: Y						

### Lampiran 09. Distribusi Nilai rtabel Signifikansi 5% dan 1%

N	<i>The Level of Significance</i>		N	<i>The Level of Significance</i>	
	5%	1%		5%	1%
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091

**Lampiran 10. Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Made Kesawa Artayana, mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Lahir di Jembrana 25 Agustus 2004, anak kedua dari pasangan Ketut Artawa dan Ni Komang Wiratni Nusantari, juga memiliki seorang saudara laki-laki Gede Santana Wiratmaja. Penulis beragama Hindu

dan berasal dari Banjar Banyubiru, Desa Banyubiru, Kecamatan Negara, Kabupaten Jembrana, Provinsi Bali. Sebelumnya penulis menempuh Pendidikan di TK Pertiwi yang lulus pada tahun 2009, selanjutnya melanjutkan Pendidikan di SD Negeri 1 Banyubiru yang lulus pada tahun 2016, setelah itu melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 2 Negara yang lulus pada tahun 2019, lalu menempuh Pendidikan di SMA Negeri 2 Singaraja pada tahun 2021. Pada tahun 2022, penulis melanjutkan Pendidikan di Universitas Pendidikan Ganesha. Pada semester 8 di tahun 2026 penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul **<Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Sporhouse Kecamatan Buleleng=>**.