

Lampiran 1.

KUESIONER PENELITIAN

**“PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN MENU DIVERSITY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN SOCIAL
INTERACTION DAN MOTIVATION SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN SLEKO FOOD COURT KOTA
MADIUN)”**

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara/i
di Tempat

Dengan Hormat,
Bersama ini saya,

Nama : Siliya Manggalawati
NIM : 2003102062
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Instansi : Universitas PGRI Madiun

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Store Atmosphere dan Menu Diversity Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Social Interaction dan Motivation Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Konsumen Sleko Food Court Kota Madiun)”. Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bpk/Ibu/Sdr/i dengan segala hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan atas apa yang Bpk/Ibu/Sdr/i i ketahui.

Semoga atas partisipasi yang Bpk/Ibu/Sdr/i berikan nantinya dapat bermanfaat untuk kepentingan pengembangan ilmu dan pengetahuan. Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian, kerjasama, dan ketersediaan Bpk/Ibu/Sdr/i saya ucapkan banyak terima kasih.

Hormat saya,

Siliya Manggalawati

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN MENU DIVERSITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN SOCIAL INTERACTION DAN MOTIVATION SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN SLEKO FOOD COURT KOTA MADIUN)”

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Tempat Tinggal :
5. Pekerjaan / Profesi :

PETUNJUK PENGISIAN

Pilih salah satu jawaban yang paling sesuai menurut bapak / ibu/ sdr / i dengan memberikan tanda *check list* (✓) pada pilihan jawaban yang telah tersedia. Tidak ada jawaban benar atau salah, peneliti lebih melihat dari angka-angka terbaik menurut persepsi bapak / ibu/ sdr / i tentang *Store Atmosphere*, *Menu Diversity*, *Social Interaction*, dan *Motivation Terhadap Buying Decision*.

KETERANGAN

SS	Setuju
S	Setuju
RG	Ragu-ragu
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

VARIABEL STORE ATMOSPHERE

INDIKATOR	JAWABAN				
	SS	ST	RG	TS	STS
	5	4	3	2	1
Store Exterior					
1. Merasa puas dengan kemajuan teknologi E-Parkir di Sleko Food Court Kota Madiun					
General Interior					
2. Merasa nyaman dengan suasana dan live music yang ada di sleko food court					
Store Layout					
3. tata letak tempat duduk di food court nyaman untuk berinteraksi dengan pengunjung lain.					
Interior Display					
4. papan menu di setiap outlet sangat jelas dan menarik.					

VARIABEL MENU DIVERSITY

INDIKATOR	JAWABAN				
	SS	ST	RG	TS	STS
	5	4	3	2	1
Varian					
1. merasa puas dengan variasi menu di Sleko Food Court Madiun					
Inovasi Menu					
2. merasa tertarik dengan inovasi menu yang ada di Sleko Food Court Kota Madiun					
Selera					
3. menu makanan di sleko food court cocok untuk semua kalangan usia					
Porsi					
4. porsi makanan di sleko food court sesuai dengan harga					

VARIABEL SOCIAL INTERACTION

INDIKATOR	JAWABAN				
	SS	ST	RG	TS	STS
	5	4	3	2	1
Sikap					
1. saya sering berinteraksi dengan penjual dan pengunjung di Sleko Food Court					
Proaktif					
2. merasa tertarik untuk mencoba rekomendasi menu baru dari konsumen lain					
Kesopanan					
3. para penjual dan staf di sleko food court bersikap sopan dan ramah					
Kepedulian					
4. saya tertarik membeli makanan yang ramah lingkungan di sleko food court					

VARIABEL MOTIVATION

INDIKATOR	JAWABAN				
	SS	ST	RG	TS	STS
	5	4	3	2	1
Dorongan Kebutuhan					
1. saya ingin membeli karena variasi makanan yang ditawarkan					
Harga Produk					
2. saya sering membandingkan harga makanan di food court dengan tempat lain					
Keinginan					
3. tertarik membeli makanan di Sleko Food Court sebagai alternatif dari memasak di rumah					

VARIABEL BUYING DECISION

INDIKATOR	JAWABAN				
	SS	ST	RG	TS	STS
	5	4	3	2	1
Kemantapan Produk					
1. saya percaya rasa makanan di sleko food court konsisten dari waktu ke waktu					
Kebiasaan dalam Membeli Produk					
2. saya sering memesan makanan yang sama setiap kali berkunjung ke sleko food court					
Memberikan Rekomendasi					
3. saya sering merekomendasikan sleko food court kepada teman dan keluarga					

Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden

Rekapitulasi Jawaban Responden

X1					X2				Z1				Z2			Y		
5	5	5	5		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5		5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	
5	5	3	5		5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	
5	5	5	5		5	5	5	5	4	4	5	5	4	2	4	3	2	
3	5	4	4		4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	
5	5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	4	5	5		5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	
4	4	5	4		4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	2	3	
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
4	5	5	5		4	4	4	5	2	5	5	4	5	5	4	4	2	
4	3	4	4		4	5	5	5	3	4	5	4	4	3	3	4	4	
5	5	5	5		4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	
4	5	4	4		4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	
3	4	4	4		3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	
4	4	3	4		4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	4	4	4		4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	
3	4	4	3		2	2	4	3	2	4	4	4	2	5	4	3	4	
4	4	3	4		4	4	4	3	2	2	3	3	4	5	3	3	2	
4	4	5	4		4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	2	
4	4	4	4		4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	
4	4	4	3		4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	
4	4	4	4		4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	2	
5	5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	5	4	3		4	5	5	4	2	5	5	5	5	5	4	5	2	
4	5	2	4		4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	2	4	2	
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4		4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	
5	5	4	4		4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
4	3	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4		3	3	2	3	2	4	4	4	4	5	3	3	2	
3	3	2	4		4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3	1	
4	5	5	5		5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4		4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	4		4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	3	4		4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	5	4	4		4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	3	

5	4	4	5		4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	2	3
4	4	2	3		4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	5	4
5	4	5	4		5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4		4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
4	4	3	4		4	4	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4
3	4	3	4		4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4		4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4		2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4		4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3
5	4	5	4		5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
5	4	5	4		4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5
4	3	4	4		4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	3
5	5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5		4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5
3	4	4	4		4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	3	4	4		5	3	5	5	4	5	4	4	5	5	5	3	3	3
4	4	4	4		4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4		3	3	4	4	2	4	4	5	4	4	2	4	2	2
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5		5	5	5	4	4	5	4	5	4	2	4	4	5	4
5	5	5	5		5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4		4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4		4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4
4	4	4	4		4	4	4	3	3	3	3	3	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5		4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	2		4	3	4	3	3	4	3	3	4	5	3	3	4	4
4	4	4	2		2	3	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4		4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	3	4	3	3
5	5	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4		4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	3	2	4
4	4	4	4		4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3
4	5	4	4		5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4
4	4	5	4		5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4
4	3	4	4		4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4
4	3	4	4		4	4	4	4	2	4	4	5	4	2	4	4	2	4
4	4	4	4		3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5		4	5	3	5	4	5	4	4	3	4	5	3	4	3
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3		3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	4		4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
5	4	5	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

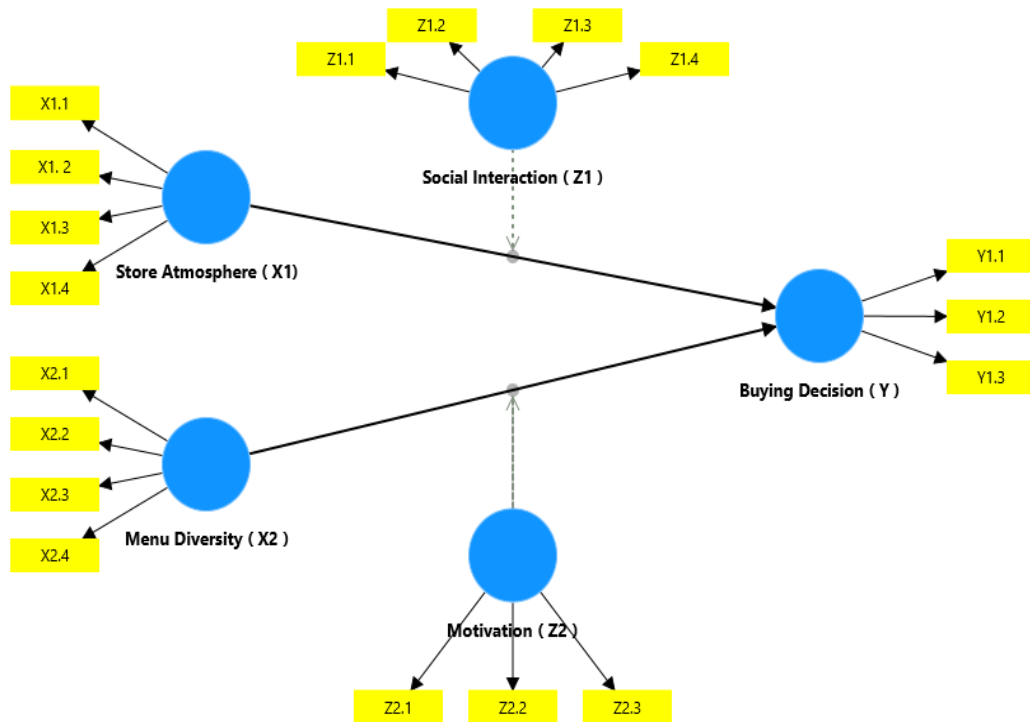
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4		4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5		4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4		4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
4	5	4	5		5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4		4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4		4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4		5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
5	4	4	4		4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5		4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	2	3		2	3	2	3	4	1	3	2	4	4	1	2	5	2
5	4	4	4		4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4		4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5
4	5	5	4		5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4		5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5
5	4	5	4		5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4		5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4		5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4		4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4
5	4	4	4		5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4
4	4	5	4		5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4		4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	5		2	5	5	4	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5
5	5	4	5		5	5	5	5	3	3	5	5	1	3	5	5	5	5
2	5	5	5		4	5	5	5	4	3	5	5	3	1	5	5	2	5
5	5	5	5		5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
5	5	4	4		5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	4	5		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5		4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5		4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

5	4	5	5		5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	4		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	4	4	4		5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4
4	4	5	5		4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5		5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
5	4	5	4		4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	4	5	5		4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5		4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5		4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
5	4	4	4		4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	4	4		4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4		5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4
5	4	4	4		5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4		5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	4	4	4		4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4
5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4		4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4
4	4	4	5		4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	4		4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
3	2	1	1		3	4	2	1	5	3	2	1	1	2	2	1	1	2
5	3	2	1		3	2	4	1	2	3	2	1	2	1	2	1	1	2
3	3	2	1		2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	4	5	4	5
3	1	2	3		2	3	1	2	3	1	2	1	2	1	2	2	1	2
5	2	1	3		3	3	5	4	3	4	5	3	5	4	4	4	5	3
2	2	1	3		2	1	3	1	2	3	1	3	2	1	2	1	2	1
2	3	1	1		2	3	2	3	1	2	1	1	5	3	5	2	1	1
2	1	2	1		1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
2	1	1	2		1	2	1	2	1	2	1	2	3	3	2	5	5	5
2	1	2	1		2	1	2	1	4	3	4	5	2	1	2	1	2	1
1	1	1	2		1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
5	1	2	3		1	2	3	1	1	2	3	1	2	1	1	2	1	2
1	1	2	3		1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
1	2	1	1		3	2	1	1	1	2	1	2	3	1	1	1	1	1
1	2	1	2		1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2
1	2	1	2		1	2	1	2	1	2	2	3	1	1	1	2	1	1
2	2	1	1		1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1
1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

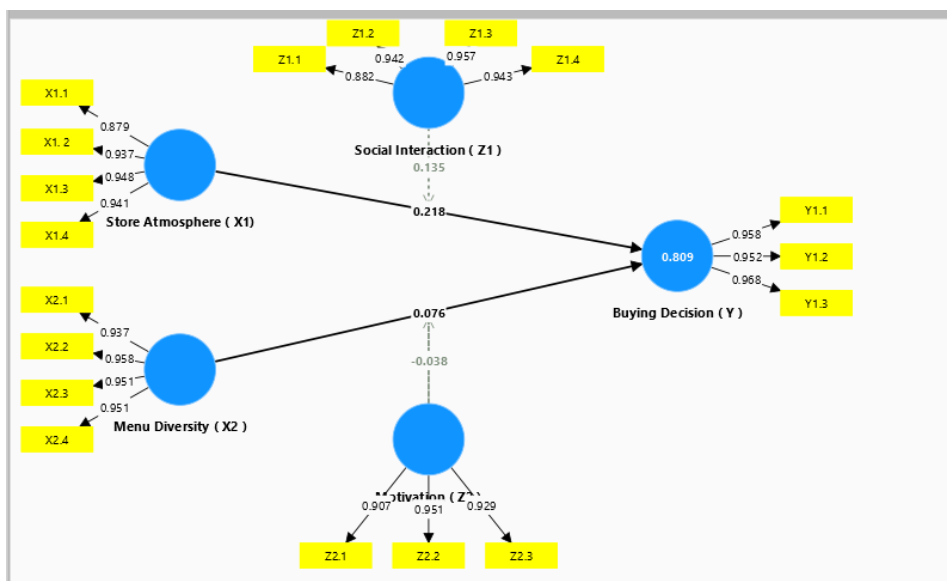
2	1	2	1		1	2	1	2	1	1	2	2	3	2	1	1	1	1
5	2	2	2		3	3	3	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1
1	1	2	2		2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1	2	1	2
3	2	2	1		2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	4	4	4
2	1	2	1		2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	1	2	2	2
5	1	2	1		1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
2	1	2	1		2	1	2	1	2	2	1	1	3	2	1	1	1	1
3	2	2	2		3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3
2	1	1	2		2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	1	2	2	2
5	1	5	2		1	2	3	3	5	3	1	1	2	2	2	1	1	1
2	1	2	1		1	2	1	2	2	1	2	1	3	2	1	1	1	1
3	3	3	3		1	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2
1	2	1	2		1	2	1	2	1	2	1	1	3	2	1	2	2	2
3	1	1	2		3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	1	3	3	1
3	1	1	1		3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1
5	1	1	2		1	2	2	2	1	3	3	3	2	2	2	2	2	2
2	1	2	1		2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2
3	3	3	3		1	3	1	3	5	5	5	1	5	2	1	2	3	3
5	5	3	3		3	3	1	1	3	3	1	1	2	2	1	3	2	2
1	2	1	1		2	1	1	2	2	1	2	1	3	2	1	1	1	1
5	1	2	2		3	2	1	1	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2
2	1	2	1		2	1	1	2	1	2	1	2	3	2	1	2	2	2
5	1	1	2		2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
2	1	2	1		2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1	1	1	1
1	2	1	2		2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1	2	2	1
3	3	3	3		5	5	5	1	5	3	3	1	4	4	4	2	2	1
2	1	2	1		1	2	1	2	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2
1	2	1	2		2	1	2	1	1	2	2	1	3	2	1	1	1	1
2	1	1	2		1	2	2	2	5	1	5	5	3	2	3	2	3	3
2	1	2	1		1	2	1	2	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2
1	2	1	2		2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2
2	1	1	2		2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2
1	2	1	2		2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	1	1	1	1
2	1	2	1		2	1	1	2	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2
1	2	1	1		2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1	1	1	1
1	2	1	2		2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2
5	3	3	3		3	3	1	2	5	5	3	3	2	2	2	2	2	2
1	2	1	2		2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	1	1	1	1
3	3	3	3		3	3	3	3	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1
2	1	2	1		2	1	2	1	1	2	1	1	3	2	1	2	1	2
5	5	5	5		5	5	5	5	5	3	3	3	3	2	3	2	3	3
2	1	2	1		2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	1	2	2	2
2	1	2	1		2	1	2	1	2	2	1	1	3	2	1	1	1	1
5	5	5	5		5	3	3	3	3	5	3	1	1	2	2	3	2	2
1	2	1	2		2	1	2	1	1	1	2	2	3	2	1	2	2	2
2	2	1	1		1	1	2	2	1	2	1	2	3	2	1	1	1	1

5	5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	2	3	3
1	2	1	2		1	1	2	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2
5	5	5	3		3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3
1	2	1	2		1	2	2	1	1	2	2	1	3	2	1	2	2	2
5	3	3	3		3	3	3	3	5	3	3	3	5	2	2	1	2	2
1	2	1	2		2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	1	1	1	1
5	2	2	2		2	2	2	2	5	5	3	3	3	2	3	3	3	2
1	2	1	1		2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2
5	2	3	3		3	3	3	3	5	3	3	2	2	2	2	5	1	2
3	3	3	3		3	5	5	5	5	3	3	3	2	2	2	1	2	1
1	2	1	2		2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	1	2	2	2
5	5	5	5		5	3	3	3	3	5	5	3	3	2	3	3	3	3
2	1	2	1		2	1	2	1	2	2	1	1	3	2	1	1	2	2
5	5	3	3		3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
2	1	2	1		1	2	1	2	2	1	2	1	3	2	1	1	1	1
1	2	1	1		2	1	2	2	1	2	1	2	3	2	1	1	2	1
5	3	3	3		5	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3
1	2	1	2		2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	1	1	1	1
1	2	1	2		1	2	1	2	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2
1	3	2	5		5	1	3	2	1	5	4	4	3	2	5	5	2	1

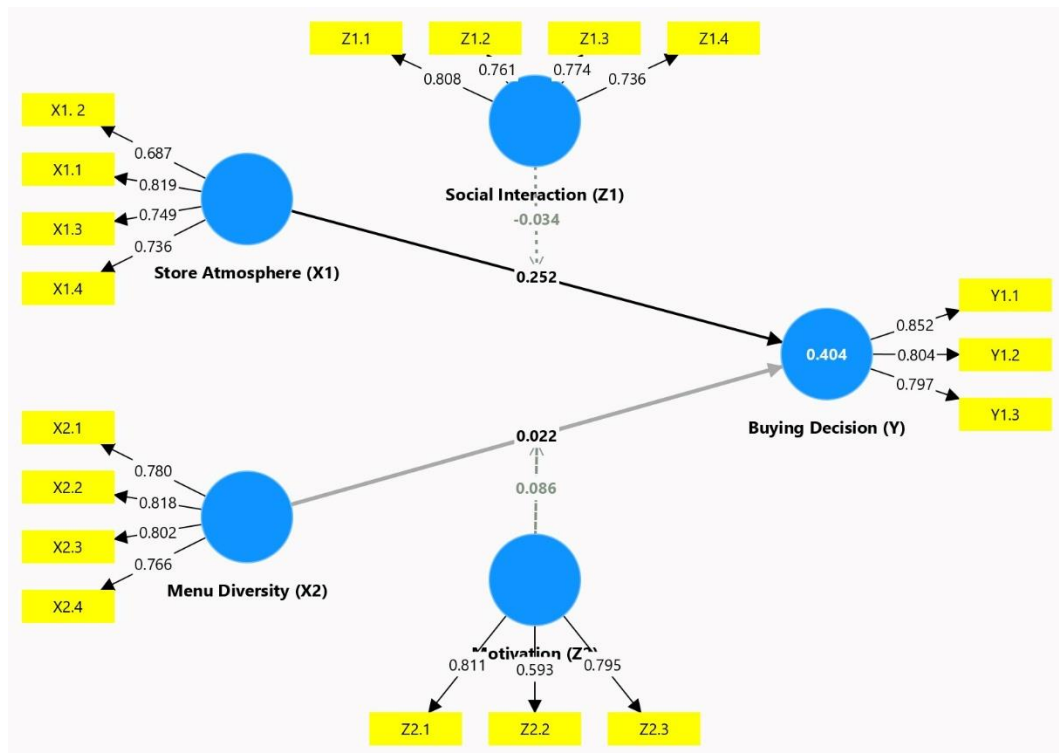
Lampiran 3. Output PLS



Lampiran 4. Hasil Uji Outer Model



Lampiran 5. Hasil Uji Inner Model



Lampiran 6.

Indicator Data

Name	Mean	Median	Scale min	Scale max	Observed min	Observed max	Standard deviation	Excess kurtosis	Skewness	Cramér-Mises p value
X1.1	3.452	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.330	-1.209	0.365	0.000
X1.2	3.208	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.270	-1.181	0.281	0.000
X1.3	3.169	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.307	-1.271	0.182	0.000
X1.4	3.166	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.239	-1.174	0.278	0.000
X2.1	3.177	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.253	-1.211	0.234	0.000
X2.2	3.158	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.297	-1.223	0.239	0.000

X2.3	3.166	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.244	-	-	0.000
X2.4	3.062	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.267	-	-	0.000
Z1.1	3.099	3.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.211	-	-	0.000
Z1.2	3.226	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.270	-	-	0.000
Z1.3	3.177	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.234	-	-	0.000
Z1.4	3.179	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.290	-	-	0.000
Z2.1	3.330	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.097	-	-	0.000
Z2.2	3.158	3.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.197	-	-	0.000
Z2.3	2.992	3.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.312	-	-	0.000
Y1.1	3.023	3.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.232	-	-	0.000
Y1.2	3.010	3.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.246	-	-	0.000
Y1.3	3.039	3.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.255	-	-	0.000

Lampiran 7.

Hasil Uji Convergent Validity

	BD (Y)	MD (X2)	M (Z2)	SI (Z1)	SA (X1)	Z1 x X1	Z2 x X2
X1.2					0.937		
X1.1					0.879		
X1.3					0.948		
X1.4					0.941		
X2.1		0.937					
X2.2		0.958					
X2.3		0.951					
X2.4		0.951					
Y1.1	0.958						
Y1.2	0.952						
Y1.3	0.968						
Z1.1				0.882			

Z1.2				0.942			
Z1.3				0.957			
Z1.4				0.943			
Z2.1			0.907				
Z2.2			0.951				
Z2.3			0.929				
Z1 x X1						1.000	
Z2 x X2							1.000

Lampiran 8.

Nilai Average Variance Extracted (AVE)

	Average variance extracted (AVE)
Buying Decision (Y)	0.920
Menu Diversity (X2)	0.901
Motivation (Z2)	0.863
Social Interaction (Z1)	0.867
Store Atmosphere (X1)	0.858

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Buying Decision (Y)	0.957	0.957	0.972	0.920
Menu Diversity (X2)	0.963	0.964	0.973	0.901
Motivation (Z2)	0.921	0.926	0.950	0.863
Social Interaction (Z1)	0.949	0.952	0.963	0.867
Store Atmosphere (X1)	0.945	0.947	0.960	0.858

Lampiran 9.

Hasil Uji Discriminant Validity-Cross Loading

	BD (Y)	MD (X2)	M (Z2)	SI (Z1)	SA (X1)	SI (Z1) x SA(X1)	M (Z2) x MD (X2)
X1.2	0,797	0,859	0,807	0,843	0,937	-0,329	-0,329
X1.1	0,733	0,803	0,738	0,804	0,879	-0,418	-0,292
X1.3	0,797	0,876	0,831	0,864	0,948	-0,300	-0,251
X1.4	0,804	0,882	0,816	0,872	0,941	-0,324	-0,261
X2.1	0,780	0,937	0,838	0,851	0,873	-0,301	-0,319
X2.2	0,825	0,958	0,849	0,886	0,885	-0,327	-0,326
X2.3	0,810	0,951	0,858	0,877	0,860	-0,287	-0,310
X2.4	0,845	0,951	0,871	0,906	0,886	-0,274	-0,321
Y1.1	0,958	0,827	0,830	0,822	0,815	-0,220	-0,228
Y1.2	0,952	0,812	0,835	0,814	0,786	-0,218	-0,203
Y1.3	0,968	0,835	0,842	0,841	0,832	-0,195	-0,217
Z1.1	0,734	0,807	0,744	0,882	0,795	-0,323	-0,249
Z1.2	0,807	0,882	0,854	0,942	0,886	-0,344	-0,306
Z1.3	0,832	0,886	0,851	0,957	0,864	-0,340	-0,309
Z1.4	0,830	0,878	0,852	0,943	0,855	-0,322	-0,285
Z2.1	0,738	0,767	0,907	0,767	0,743	-0,160	-0,177
Z2.2	0,827	0,833	0,951	0,815	0,802	-0,250	-0,174
Z2.3	0,856	0,900	0,929	0,885	0,853	-0,311	-0,266
SI (Z1) x SA (X1)	-0,220	-0,313	-0,262	-0,356	-0,368	1,000	0,634
M (Z2) x MD (X2)	-0,225	-0,336	-0,223	-0,309	-0,305	0,634	1,000

Lampiran 10.

Hasil Uji Discriminant Validity – Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)

	Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)
Menu Diversity (X2) <-> Buying Decision (Y)	0,895
Motivation (Z2) <-> Buying Decision (Y)	0,925
Motivation (Z2) <-> Menu Diversity (X2)	0,952
Social Interaction (Z1) <-> Buying Decision (Y)	0,903
Social Interaction (Z1) <-> Menu Diversity (X2)	0,970
Social Interaction (Z1) <-> Motivation (Z2)	0,946
Store Atmosphere (X1) <-> Buying Decision (Y)	0,889
Store Atmosphere (X1) <-> Menu Diversity (X2)	0,968
Store Atmosphere (X1) <-> Motivation (Z2)	0,921
Store Atmosphere (X1) <-> Social Interaction (Z1)	0,964

Lampiran 11. Hasil Uji Discriminant Validity—Fornell-Larcker criterion

	Buying Decision (Y)	Menu Diversity (X2)	Motivation (Z2)	Social Interaction (Z1)	Store Atmosphere (X1)
Buying Decision (Y)	0,959				
Menu Diversity (X2)	0,860	0,949			
Motivation (Z2)	0,871	0,900	0,929		
Social Interaction (Z1)	0,861	0,928	0,888	0,931	
Store Atmosphere (X1)	0,845	0,923	0,862	0,913	0,926

Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)
Buying Decision (Y)	0.957	0.957
Menu Diversity (X2)	0.963	0.964
Motivation (Z2)	0.921	0.926
Social Interaction (Z1)	0.949	0.952

Store Atmosphere (X1)	0.945	0.947
-----------------------	-------	-------

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Buying Decision (Y)	0.957	0.957	0.972	0.920
Menu Diversity (X2)	0.963	0.964	0.973	0.901
Motivation (Z2)	0.921	0.926	0.950	0.863
Social Interaction (Z1)	0.949	0.952	0.963	0.867
Store Atmosphere (X1)	0.945	0.947	0.960	0.858

Lampiran 13.

Hasil Uji Collinearity statistics (VIF) – Outer Model

	VIF
X1.2	5,037
X1.1	2,897
X1.3	5,528
X1.4	5,646
X2.1	5,008
X2.2	6,989
X2.3	5,967
X2.4	6,330
Y1.1	5,760
Y1.2	5,068
Y1.3	7,039
Z1.1	3,042
Z1.2	5,173
Z1.3	6,783
Z1.4	6,153
Z2.1	3,040
Z2.2	4,529
Z2.3	3,423
SI (Z1) x SA (X1)	1,000
M (Z2) x MD (X2)	1,000

Lampiran 14. Hasil Uji Collinearity statistics (VIF) – Inner Model

	VIF
Menu Diversity (X2) -> Buying Decision (Y)	12,125
Motivation (Z2)-> Buying Decision (Y)	6,148
Social Interaction (Z1) -> Buying Decision (Y)	9,429
Store Atmosphere (X1) -> Buying Decision (Y)	8,438
Social Interaction (Z1) x Store Atmosphere (X1)-> Buying Decision (Y)	1,886
Motivation (Z2) x Menu Diversity (X2) -> Buying Decision (Y)	1,851

Lampiran 15. Hasil Uji R-Square

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Buying Decision (Y)	0.809	0.806

Lampiran 16. Hasil Uji F-Square

	<i>F-Square</i>
Store Atmosphere -> Buying Decision	0,030
Menu Diversity -> Buying Decision	0,002
Social Interaction -> Buying Decision	0,038
Motivation -> Buying Decision	0,139
Social Interaction x Store Atmosphere -> Buying Decision	0,027
Motivation x Menu Diversity -> Buying Decision	0,002

Lampiran 17. Hasil Uji Goodness Of Fit (SRMR)

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.033	0.033

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.033	0.033
d_ULS	0.184	0.185
d_G	0.362	0.353
Chi-square	827.986	800.162
NFI	0.921	0.923

Lampiran 18.

Hasil Uji Hipotesis (Path Coefficient)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
MD (X2) -> BD (Y)	0,076	0,079	0,091	0,830	0,407
M (Z2) -> BD (Y)	0,403	0,405	0,093	4,338	0,000
SI (Z1) -> BD (Y)	0,261	0,258	0,085	3,071	0,002
SA (X1) -> BD (Y)	0,218	0,216	0,074	2,948	0,003

Lampiran 19.

Hasil Uji Hipotesis (Specific Indirect Model)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
SI (Z1) x SA (X1) -> BD (Y)	0,135	0,135	0,058	2,336	0,020
M (Z2) x MD (X2) -> BD (Y)	-0,038	-0,043	0,067	0,566	0,571

RIWAYAT HIDUP



Siliya Manggalawati dilahirkan di Madiun pada tanggal 30 April 2002, merupakan anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Parjoko dan Ibu Suki Rahayuningsih. Pendidikan Dasar dan menengah ditempuh di Madiun. Tamat SDN 02 Teguhan 2014, melanjutkan ke MTsN 06 Madiun tamat pada tahun 2017, selanjutnya melanjutkan ke MAN 2 Kota Madiun tamat pada tahun 2020.

Pendidikan berikutnya ditempuh di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun tahun periode 2020/2021. Semasa Mahasiswa aktif dalam UKM yaitu UKM Kependudukan dan Voli. Pada waktu di UKM Kependudukan telah menjabat 2 periode hingga purna tahun periode 2022/2023.

VALIDASI SUMBER PUSTAKA PENULIS SKRIPSI

Nama : Siliya Manggalawati
NIM : 2003102062
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Dosen Pembimbing I : Hari Purwanto S.E., M.M.
Dosen Pembimbing II : Metikasmike, S.E., M.M.
Judul : Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Menu Diversity*
 Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Social Interaction* dan *Motivation* Sebagai Variabel Moderasi
 (Studi Empiris Pada Konsumen Sleko Food Court Kota Madiun).

No	Sumber Pustaka	Halaman		Hasil Validasi	
		Pustaka	Skripsi	Sesuai	Tidak Sesuai
1	Agus, I., & Ritonga, R. M. (2023). Analisis Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Jaga Cirebon. Jurnal Ilmiah <i>Global Education</i> , 4(4), 2573–2580. https://doi.org/10.55681/jige.v4i4.1383	2574	3	✓	
2	Andhalia Liza Marie, Tri Djoko Sulistiyo, H. R. (2021). Pengaruh Interaksi Sosial Dan Kebersihan Hotel Terhadap Niat Pemesanan Hotel Pengaruh Interaksi Sosial Dan Kebersihan Hotel Terhadap Niat Pemesanan Hotel Melalui Risiko Kesehatan Pada Hotel Mercure, Jakarta. Jurnal Ilmiah Pariwisata, 26(2), 169–177.	174	56	✓	

	https://doi.org/10.30647/jip.v26i2				
3	Ariningtyas, E., & Rachmawati K, I. A. K. (2020). Menguji Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, <i>Store Atmosphere</i> , Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Wedangan Jimboeng. <i>Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan</i> , 7(1), 115–123. https://doi.org/10.36587/Exc.V7i1.670	117	16	✓	
4	Ariyono, K. Y. (2021). <i>Purchase Decision: Is The Atmosphere Store, Location And Diversity Of Products Caused?</i> 4(1), 9–15. http://proceedings.stiewidyagamal.umajang.ac.id/index.php/	10	58	✓	
5	Binaraesa, N. N. P. C., Hidayat, I., & Lestariningsih, M. (2021). <i>Store Atmosphere Memoderasi Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Moonk Cartil & Cafe Surabaya)</i> . <i>Jurnal Manajemen Pemasaran</i> , 15(2), 61–68. https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.61-68	62	13	✓	
6	Cholik, F. I., Rufial, & Sari, B. (2022). Pengaruh Harga, Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma <i>Catering</i> Di Bekasi. <i>Ikraith-Ekonomika</i> , 1(5), 58–67.	60	18	✓	
7	Defari, S. (2020). Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Dan Faktor Sosial Terhadap Emosi Positif Konsumen Produk <i>Zara Store</i> Di Pakuwon Mall Surabaya. <i>Jurnal Manajemen Dan Bisnis</i> , 1(1), 32.	34	17	✓	

	https://doi.org/10.30742/Pragmatis.V1i1.1055				
8	Dewa Ayu Mas Raykania Maharani, P. S. H., & Yoga, G. A. D. M. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian. <i>Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata</i> , 3(3), 586–597.	587	34	✓	
9	Dewi, Y. V. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen Nasi Bumbu Madura Di <i>Food Court</i> Aiola Surabaya. <i>Soetomo Administration Reform Review</i> , 5(1), 1–16.	3	2	✓	
10	Dhanny, U. R. (2019). <i>Food Court</i> Di Kota Pontianak. <i>Jurnal Online Mahasiswa Arsitektur Daseng Unsrat</i> , 7, 155–164.	283	1	✓	
11	Fandiyanto, R., & Prianto, F. W. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada <i>Minimarket</i> Rusdi Widoro Payung. <i>Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Growth</i> , 19(2), 177–188.	178	19	✓	
12	Fatimah, R. (2024). Pengaruh Persepsi Kenyamanan , Interaksi Sosial , Persepsi Streamer Dan Persepsi Utilitas Terhadap <i>Live Stream Shopping Intentions</i> . <i>Journal Of Management And Creative Business</i> , 2(2), 361–380.	363	21	✓	
13	Grace Amalia Tondang, Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, & Budi Dharma. (2023). Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang). Syarikat: Jurnal	18	6	✓	

	Rumpun Ekonomi Syariah, 6(1), 15–26. https://doi.org/10.25299/Syarikat.2023.Vol6(1).12913				
14	Hasri Rosandi, F., & Nurlatifah, N. (2022). Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Barang Diskon Pada Mahasiswa UTS Di <i>Minimarket</i> Sumbawa Besa. <i>Jurnal Tambora</i> , 6(2), 59–65. https://doi.org/10.36761/Jt.V6i2.1994	63	27	✓	
15	Kaunang, M., Sepang, J., & Rotinsulu, R. (2015). Analisis Pengaruh Motivasi, Konsumen, Persepsi, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Di Kota Manado. <i>Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi</i> , 15(05), 585–597.	588	28	✓	
16	Komang, M. N., Gusti, A., & Made, P. S. (2017). Pengaruh Keragaman Produk, <i>Store Image</i> , Dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembeli Pada Tri Mart Di Blahbatuh Gianyar. <i>Jurnal Universitas Mahasaraswati Denpasar</i> , 4(2721), 637–638.	633	44	✓	
17	Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen. <i>Jurnal Administrasi Bisnis</i> , 6(3), 27–34.	29	42	✓	
18	Maharani, M. P. (2020). Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah Dengan Kepercayaan Dan Promosi Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris	14	7	✓	

	Pada Masyarakat Kota Madiun). Universitas Pgris Madiun.				
19	Mahe, A. A., Suwarsono, B., & Nadhiro, U. (2023). Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Pelayanan Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bebek H. Slamet Kota Kediri Ake. <i>Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce</i> , 2(1), 240–257.	242	20	✓	
20	Muhammad Faizal Ali. (2020). Pengaruh Interaksi Sosial Dengan Tenaga Penjual Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Mediasi Pengalaman Pelanggan Di Transmart Pabelan. Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2020.	9	21	✓	
21	Nadira Badarudin, Tumbuan, W. J. F. A., & Ogi, I. W. J. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Suasana Toko, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Paragon Mart Kabupaten Kepulauan Sangihe. <i>Jurnal Emba</i> , 9(3), 312–322. https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34720/32566	315	19	✓	
22	Nafisah Zahra. (2021). Peran Moderasi Motivasi Hedonis Pada Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Niat Penggunaan Ulang Layanan Dompot Elektronik Di Kalangan Milenial. <i>Jurnal Ilmu Manajemen</i> , 9(1), 57–67.	63	57	✓	

23	Novianti, N., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di <i>Minimarket</i> Victoria Tiban. 6(1), 66–78. https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.656	69	31	✓	
24	Putri, C. A., & Arifin, U. (2023). Pengaruh Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Podo Tresno Di Jl. Medan-Banda Aceh Pasar 8, 5 Tanjung Beringin. Seminar Nasional Peningkatan Mutu, 4, 5–8.	7	14	✓	
25	Sari, D. Ratna, Mutrofin, & Fitriyah, C. Z. (2019). Korelasi Antara Interaksi Sosial Terhadap Hasil Belajar Afektif Siswa Kelas V Di Sdn Se-Kecamatan Kaliwates Jember. Penelitian Ilmu Pendidikan, 1–7.	5,6	59	✓	
26	Soliha, E. B. M. P. (2012). Pengaruh Pererangkaan Pesan Pada Persepsi Risiko Konsumen Dengan Motivasi Sebagai Variabel Pemoderasi. <i>Jurnal Siasat Bisnis</i> .	121,122	27	✓	
27	Tanuwijaya, W., Tandrayuwana, S., & Aprilia, A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Minuman Kopi Melalui Motivasi Sebagai Variabel Moderasi Generasi Z Di Kota Surabaya. <i>Jurnal Manajemen Perhotelan</i> , 8(1), 50–58. https://doi.org/10.9744/jmp.8.1.50-58	51,52	47	✓	
28	Thaniedsa, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap	40,41	45	✓	

	Keputusan <i>Brand Switching</i> Dengan <i>Variety Seeking</i> Sebagai Moderasi. 93–111.			.	
29	Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan <i>Coffee Shop Rustic Market</i> Surabaya. <i>Jurnal Sains Sosio Humaniora</i> , 5(1), 510–521. https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14169	511	56,57	✓	
30	Widiarto, R. W., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian. <i>Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia</i> , 25(03), 82–90. https://ibn.e-journal.id/index.php/esensi/article/download/539/417/	260,261	43	✓	
31	Wijaya, A. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, <i>Store Atmosphere</i> , Dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Pada Supermarket Kaisar Siantan Di Pontianak. 7(9), 2021–2031. https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2019.01.002	2022,2023	16,17,18	✓	
32	Yuningsih, E. L., Siboro, P., & Yokanan, R. T. (2023). Pengaruh Promotion, <i>Store Atmosphere</i> , Dan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Dimediasi Oleh <i>Purchase Decision</i> . <i>Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen</i> , 19(1), 152–162	153	31	✓	
33	Yunitasari, M. D. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Shopee. <i>Jurnal Ekonomi Dan</i>	325,326	54,55	✓	

	Bisnis, 9(2), 325–330.				
--	------------------------	--	--	--	--

Catatan Dosen Pembimbing
Layak / Tidak Layak untuk diuji (coret yang tidak perlu)

Madiun, 15 Agustus 2024
Dosen Pembimbing



Metikasmike, S.E., M.M.
NIDN. 0729117402