

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amaliah, Rahmawati Rizky. 2017. *Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Kopiapi Coffee Roaster Makassar*. Skripsi diterbitkan. Makassar : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Anggraeni, Risa. 2020. *Pengaruh Lingkungan Fisik Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus : Konsumen Bina Swalayan Setia Budi Medan)*. Skripsi diterbitkan. Medan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Area.
- Ananda, Indra. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Pada Ramayana Lestari Sentosa Pekanbaru. *Jom FISIP*, (Online), Vol. 3, No. 1, (<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/download/9401/9066>, diakses 2 Desember 2021).
- Aryani, Nafeesa. (2011). *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Pelayanan Canda Comedy Cafe Jakarta*. Skripsi diterbitkan. Bogor : Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- A.W Marsum. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi IV. Yogyakarta: Andi.
- Bakti, Umar, Hairudin dan Maria Septijantini Alie. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, (Online), Vol. 22, No. 1, (<https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/633/599>, diakses 11 Oktober 2021).
- Bitner, M. J. 1992. *Servicescapes: The Impact of Physical Surrounding on Customers and Employees*. *Journal Marketing*, (Online), Vol. 56, (<https://www.jstor.org/stable/1252042?origin=crossref>, diakses 29 Oktober 2021).
- Bonita, Anita. 2015. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Orindo Alam Ayu (ORIFLAME) Medan*. Skripsi diterbitkan. Medan : Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Davey, Rod & Anthony Jacks. 2003. *Marketing*. Diterjemahkan oleh Rizki Henriko. Jakarta: PT.Gramedia.
- Durianto dan Liana S. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro, Vol.100-125.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hightower, R, Michael K.B dan Thomas L.B. 2009. Investigating The Role of The Physical Environment in Hedonic Service Consumption : An Exploratory Study of Sporting Events. *Journal of Business Research*, (Online), Vol. 20, (<https://www.researchgate.net/publication/222399330> Investigating the role of the physical environment in hedonic service consumption An exploratory study of sporting events, diakses 29 Oktober 2021).
- Jamry, 2014. *Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Pelanggan Terhadap Disain Toko Dengan Minat Beli Konsumen Di Coffeeshop-X Medan*. Tesis diterbitkan. Medan : Program Studi Magister Psikologi Program Pascasarjana Universitas Medan Area.
- Jape, Agustino. 2015. *Pengaruh Servicescape Terhadap Niat Beli Konsumen Di Houtenhand Malang (Studi pada Komunitas Friday Biking Love (FBL) Malang)*. Skripsi diterbitkan. Malang : Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.
- Kotler, Philip, 1973, Atmospherics as a Marketing Tool. *Journal of Retailing*, (Online), Vol. 49, No. 4, (<https://www.researchgate.net/publication/239435728> Atmospherics as a Marketing Tool, diakses 10 Oktober 2021).
- Kotler, Philip & Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 12. PT Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Marketing Management*. Fourteenth Global Edition. Pearson Education.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, Fifteenth Global Edition, United States of America : Pearson Education.
- Lovelock, Christoper, et al. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. Jakarta : Erlangga.

- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry. 2011. *Pemasaran Jasa*. Seventh Edition. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, & Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*. First Edition. Jakarta : Salemba Empat.
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Malhotra, Naresh, 2007. *Marketing Research: an applied orientation*. Fifth edition. USA : New Jearsey.
- Minanti, M. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada CV. Annafi Jati Furniture Palembang*. Skripsi diterbitkan. Palembang : Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Muhyidin. 2017. *Pengaruh Atribut Toko Terhadap Keputusan Pembelian Barang Di Toko Ritel (Studi Kasus pada Toko Basmalah Cabang Rembang Kabupaten Pasuruan Jawa Timur)*. Skripsi diterbitkan. Malang : Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Muqimuddin. 2017. *Pengaruh Servicescape Dan Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Minat Beli Konsumen Di Restoran Kota Pontianak*. Universitas Tanjungpura Pontianak.
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Noor, Juliansyah. 2014. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Oktaviana, Nur Aini. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Makanan, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Wedangan Di Kota Surakarta)*. Skripsi diterbitkan. Surakarta : Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Permana, Ade Indra. 2020. Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, (Online), Vol. 25, No. 2, (<https://core.ac.uk/download/pdf/287361659.pdf>, diakses 10 Oktober 2021).
- Pramono, Rian. 2012. *Analisis pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha*. Skripsi diterbitkan. Semarang : Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Priangani, Ade. 2013. Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*, (Online), Vol. 2, No. 4,

(<https://media.neliti.com/media/publications/103775-ID-memperkuat-manajemen-pemasaran-dalam-kon.pdf>, diakses 28 Oktober 2021).

- Priyatno, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Puspita, Rizka Nuri. 2012. Perbedaan Kepuasan Pelanggan Indomaret dan Alfamart. *Journal of Social and Industrial Psychology*, (Online), Vol. 1, No. 1, (<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip/article/view/2699>, diakses 2 Desember 2021).
- Rakhmat, Cakra Aditia. 2011. *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Starbucks Coffee)*. Skripsi diterbitkan. Depok : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
- Safitri, Erni. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Toko Alaska Swalayan Kabupaten Kolaka*. Skripsi diterbitkan. Makassar : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sekaran, Uma. 2014. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi Empat. Jakarta : Salemba Empat.
- Siswanto, Susila dan Suyanto. 2014. *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Kedokteran*. Yogyakarta: Bursa Ilmu.
- Situmorang, S.H, Mulyono, H dan Reza S.H. 2017. Pengaruh *Word Of Mouth, Social Media* dan *Servicescape* Terhadap Minat Berkunjung Ke Taman Wisata Alam Sibio-Bio (Aek Sabaon). *Journal Forum Manajemen Indonesia* (FMI), (Online), ([https://www.researchgate.net/profile/SyafrizalHelmi/publication/325130320\\_PENGARUH\\_SOCIAL\\_MEDIA\\_WORD\\_OF\\_MOUTH\\_DAN\\_SERVICESCAPE\\_TERHADAP\\_MINAT\\_BERKUNJUNG\\_KE\\_TAMAN\\_WISATA\\_ALAM\\_SIBIOBIO\\_AEK\\_SABAON\\_DI\\_KABUPATEN\\_TAPANULI\\_SELATAN/links/5af9c74c0f7e9b3b0beefc5e/PENGARUH-SOCIAL-MEDIA-WORD-OF-MOUTH-DAN-SERVICESTERHADAP-MINAT-BERKUNJUNG-KETAMAN-WISATA-ALAM-SIBIO-BIO-AEK-SABAON-DI-KABUPATEN-TAPANULI-SELATAN.pdf](https://www.researchgate.net/profile/SyafrizalHelmi/publication/325130320_PENGARUH_SOCIAL_MEDIA_WORD_OF_MOUTH_DAN_SERVICESCAPE_TERHADAP_MINAT_BERKUNJUNG_KE_TAMAN_WISATA_ALAM_SIBIOBIO_AEK_SABAON_DI_KABUPATEN_TAPANULI_SELATAN/links/5af9c74c0f7e9b3b0beefc5e/PENGARUH-SOCIAL-MEDIA-WORD-OF-MOUTH-DAN-SERVICESTERHADAP-MINAT-BERKUNJUNG-KETAMAN-WISATA-ALAM-SIBIO-BIO-AEK-SABAON-DI-KABUPATEN-TAPANULI-SELATAN.pdf), diakses 18 Oktober 2021).
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Susanti, Aida. 2017. *Analisis Kualitas Pelayanan Di Bandar Udara Husein Sastranegara PT Angkasa Pura II (Persero) Bandung*. Politeknik Negeri Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Utami, Rully Putri. 2016. Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Heaven's Cafe and Boutique Bandung Tahun 2016). *Jurnal Sosial, Ekonomi, dan Humaniora*, (Online), Vol. 6, No. 1, (<http://proceeding.unisba.ac.id/index.php/sosial/article/view/490>, diakses 10 Oktober 2021).
- Yazid, Drs. 2003, *Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua, Ekonisia Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta.
- Yazid, 2005, *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Ekonisia. Yogyakarta.
- Zeithml, V. A., & Bitner, M. J. 2006. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw Hill. New york.
- Zeithaml, Bitner, dan Gremler. 2009. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*.

# LAMPIRAN

**Lampiran 1: Biodata****RIWAYAT HIDUP****PENDIDIKAN**

S1 Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Hasanuddin

**RIWAYAT PENDIDIKAN**

Tahun	Sekolah / Universitas	Jurusan	IPK
2008-2013	SDN. Mangkura III Makassar	-	-
2013-2015	SMP Negeri 3 Makassar	-	-
2015-2018	SMA Negeri 11 Makassar	IPA	-
2018-2022	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin	Manajemen	3,98

**Data Personal**

NURUL KHAIRUNNISA  
Perempuan  
Islam  
Warga Negara Indonesia  
Lahir di Makassar, 28  
Oktober 1999  
Tidak Memiliki Cacat Fisik  
Belum Menikah

**Alamat**

Jl. Bonto Duri No.16

**Kontak**

[Nukhaibasri@gmail.com](mailto:Nukhaibasri@gmail.com)

**Media Sosial**

IG: @Nukhaai

**PENGALAMAN ORGANISASI**

Tahun	Nama Organisasi	Jabatan
2013-2015	Basketball SMPN 3 Makassar	Anggota
2015-2018	Futsal SMAN 11 Makassar	Anggota
Sejak 2018	Himpunan Ikatan Mahasiswa Manajemen (IMMAJ) FEB Universitas Hasanuddin	Anggota

**Lampiran 2: Kuesioner****KUESIONER PENELITIAN****PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SERVICESCAPE TERHADAP  
MINAT PENGUNJUNG PADA CAFÉ SOCIAL BARN MAKASSAR**

Pengunjung *Cafe Social Barn* Makassar yang terhormat,  
Perkenalkan saya Nurul Khairunnisa mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Jurusan Manajemen dengan Konsentrasi Pemasaran yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Anda merupakan responden yang tepat dan terpilih, sehingga saya sangat mengharapkan partisipasi Anda dengan mengisi kuesioner penelitian ini serta memberikan jawaban yang sebenarnya atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Saya mengharapkan tidak ada jawaban yang dikosongkan karena disini tidak ada jawaban benar atau salah. Jawaban Anda sangat berharga bagi kelancaran penelitian ini. Oleh sebab itu, peneliti akan menjaga kerahasiaan identitas Anda. Saya ucapkan banyak terima kasih atas kesediaan waktu dan partisipasi Anda dalam penelitian ini, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Hormat saya,

Nurul Khairunnisa

---

**A. Profil Responden**

Isilah pada kolom yang telah disediakan dengan benar (identitas responden aman dan terjaga kerahasiannya)

1. Nama (inisial):
2. Jenis Kelamin :
  - Laki-laki
  - Perempuan
3. Umur :
- <20 Tahun
- 20-29 Tahun



- 30-39 Tahun  
 40-49 Tahun  
 >50 Tahun
4. Alamat :
5. Pekerjaan :
- Pelajar  
 Mahasiswa  
 Pegawai Swasta  
 PNS  
 Lainnya (sebutkan) .....
6. Pengunjung Café Social Barn Makassar (Minimal 2 kali) :
- Iya  
 Tidak

## B. Cara Pengisian

Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan kondisi Anda mengenai beberapa pertanyaan berikut, dengan memberikan jawaban (√) pada kolom yang telah disediakan. Berikut merupakan bobot pilihan jawaban:

STS	➔ Sangat Tidak Setuju	= 1
TS	➔ Tidak Setuju	= 2
N	➔ Netral	= 3
S	➔ Setuju	= 4
SS	➔ Sangat Setuju	= 5

## C. Item Pertanyaan

### ➤ Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan yang diberikan perusahaan melalui karyawan yang berkaitan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

### ➤ *Servicescape*

*Servicescape* merupakan lingkungan fisik atau fasilitas fisik tempat layanan itu diproduksi, disampaikan dan dikonsumsi.

### ➤ Minat Beli

Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Karyawan <i>Cafe Social Barn</i> Makassar memberikan pelayanan yang memuaskan					
2	Karyawan <i>Cafe Social Barn</i> Makassar dapat memberikan pelayanan sesuai dengan SOP					
3	Karyawan <i>Cafe Social Barn</i> Makassar melayani dengan cepat dan tepat					
4	<i>Cafe Social Barn</i> Makassar menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman					
5	Karyawan mengutamakan kepentingan konsumen tanpa diskriminatif					
6	Karyawan selalu siap membantu konsumen jika mengalami kesulitan					
7	Kerapihan dan kebersihan peralatan karyawan <i>Cafe Social Barn</i> Makassar sangat terjaga					
8	Semua jenis barang yang diperlukan selalu tersedia sehingga konsumen tidak perlu mengalami kesulitan untuk mendapatkannya					
9	Temperatur <i>Cafe Social Barn</i> Makassar tepat dan sesuai					
10	Pencahayaan pada <i>Cafe Social Barn</i> Makassar sudah tepat					
11	Pemberian warna putih dan biru menciptakan suasana yang fresh dan nyaman					
12	Aroma pada <i>Cafe Social Barn</i> Makassar tidak mengganggu (produksi minuman dan makanan)					
13	Lingkungan sekitar <i>Cafe Social Barn</i> Makassar nyaman dan bersih					
14	Musik yang diputarkan pada <i>Cafe Social Barn</i> Makassar memberi suasana yang santai dan menyenangkan					
15	Tata letak interior sudah sesuai pada tempatnya dan tidak mengganggu					
16	Tata letak open kitchen pada <i>Cafe Social Barn</i> Makassar tidak mengganggu pengunjung					
17	Peralatan kopi, minum, dan makan pada <i>Cafe Social Barn</i> Makassar sangat menarik dan instagramable					
18	Papan nama <i>Social Barn</i> Makassar terlihat menarik dan jelas di depan					
19	Scan QR menu jelas dan memudahkan pelanggan dalam mengakses list menu dengan cepat					
20	Simbol SB pada hiasan dinding terlihat simpel dan menarik					
21	Simbol-Simbol yang digunakan <i>Cafe Social Barn</i> Makassar jelas dan sesuai					
22	Hiasan lingkaran besar <i>Social Barn</i> yang menggantung diatas terlihat menarik					
23	Dekorasi ruangan memberikan suasana yang nyaman dan menarik					
24	Saya tertarik dan merasa puas dengan keseluruhan pengalaman yang saya rasakan ketika berada di <i>Cafe Social Barn</i> Makassar					

25	Saya berminat untuk kembali berkunjung lagi di <i>Cafe Social Barn</i> Makassar					
26	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk mengunjungi <i>Cafe Social Barn</i> Makassar terkait dengan lingkungan fisiknya					
27	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain terkait pelayanan serta makanan dan minuman yang ada pada <i>Cafe Social Barn</i> Makassar					
28	Karyawan cepat dan tanggap ketika saya mendapati masalah dalam pembelian					
29	<i>Cafe Social Barn</i> Makassar memberikan lingkungan fisik yang nyaman dan menarik buat saya					
30	Harga produk sesuai dengan kualitas pelayanan dan fasilitas fisik yang saya harapkan					
31	Saya selalu mencari tahu informasi mengenai <i>Cafe Social Barn</i> Makassar					

---

**Thank you, stay safe and healthy ya**

---





251	5	4	5	5	4	5	4	4	5	36	3	3	3	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	62	5	5	5	4	4	3	4	5	35	
252	4	5	4	5	4	5	4	4	35	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	68	5	4	4	5	5	5	4	4	36		
253	5	5	5	5	5	5	5	5	36	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	40		
254	5	5	4	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	2	5	5	68	4	4	4	5	5	5	37		
255	5	4	4	5	5	4	4	5	37	5	3	4	5	3	4	4	4	5	3	3	4	3	57	5	5	5	5	5	4	4	5	38		
256	4	4	4	5	4	4	4	4	33	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	59	4	4	4	5	5	4	4	34		
257	5	3	4	3	5	3	4	5	32	4	4	3	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5	5	4	4	3	4	3	4	5	39		
258	4	4	5	5	4	4	5	4	35	4	4	3	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	36		
259	5	4	4	4	4	4	4	5	35	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	2	4	4	60	5	5	4	4	4	4	4	35	
260	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	66	4	4	4	4	4	4	4	32	
261	3	5	3	5	3	5	5	3	32	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	2	2	2	5	57	5	5	3	5	5	5	3	34	
262	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	2	2	5	61	5	5	5	5	5	5	5	40	
263	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	4	3	4	3	3	4	4	5	4	3	4	2	5	54	4	4	4	4	4	4	4	32	
264	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	62	5	5	5	5	5	5	5	40	
265	4	4	3	4	3	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	61	4	4	3	3	4	4	4	35	
266	3	4	4	4	4	4	4	3	31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	2	68	4	4	4	4	4	4	3	31
267	5	4	4	4	4	5	4	5	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	3	4	4	4	4	4	33	
268	4	3	5	3	5	3	4	4	30	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	30	
269	5	4	4	4	4	4	4	5	36	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	57	5	5	4	4	4	4	4	35	
270	4	5	5	5	5	4	5	5	37	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	52	5	5	5	5	5	5	5	40	
271	5	4	4	4	4	5	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	5	4	4	4	4	4	4	34	
272	4	4	5	5	5	4	5	4	36	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	68	5	5	5	5	5	5	5	38	
273	5	4	4	4	4	4	4	5	36	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	64	4	4	4	4	4	4	4	35
274	5	4	4	4	4	4	4	4	34	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
275	4	4	5	5	5	4	4	4	34	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	5	4	4	4	4	4	4	35	
276	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	53	5	5	4	4	4	4	4	39	
277	4	4	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	5	4	4	4	4	4	4	35	
278	5	4	4	4	4	4	4	5	35	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	4	4	3	5	60	5	5	4	4	4	4	4	35	
279	4	5	4	4	4	4	5	4	34	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	1	4	4	5	67	4	5	4	4	4	4	4	34		
280	4	4	5	5	5	4	5	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	5	64	4	4	4	4	4	4	4	36	
281	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	32	
282	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
283	4	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	34	
284	5	4	4	4	4	4	4	5	34	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	4	4	4	4	4	4	4	34	
285	4	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	57	5	4	4	4	4	4	4	34	
286	4	4	5	5	5	4	4	5	35	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	4	54	4	4	4	4	4	4	4	34	
287	4	4	5	5	5	4	4	4	34	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	1	5	67	4	4	4	4	4	4	4	33	
288	5	4	4	4	4	4	4	5	35	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	4	4	4	4	4	4	4	32	
289	4	5	4	4	4	4	4	5	34	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	5	5	4	4	4	4	4	37	
290	4	4	4	4	4	4	4	4	34	4	4	3	4	3	3	4	4	3	5	4	5	4	5	5	60	4	4	4	4	4	4	4	34	
291	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	5	4	4	4	4	4	4	33	
292	5	4	4	4	4	4	4	5	32	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	4	4	4	4	4	4	4	32	
293	3	4	4	4	4	4	3	4	29	2	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	51	5	4	4	4	4	4	4	32	
294	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	5	4	4	4	4	4	4	34	
295	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	5	5	5	5	5	5	5	40	
296	5	4	4	4	4	4	4	5	37	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	5	5	4	4	4	4	4	39	
297	4	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	34	
298	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	3	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	41	5	5	5	5	5	5	5	40	
299	4	4	4	4	4	4	4	4	31	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	5	4	4	4	4	4	4	32	
300	5	5	4	3	5	5	5	5	37	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	53	4	4	4	3	3	5	5	35	
301	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	4	5	5	5	4	4	4	36	
302	5	4	5	5	5	5	4	5	38	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	66	5	5	5	4	5	4	5	38		
303	4	5	4	4	4	4	4	5	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	34	
304	4	5	5	5	5	5	5	4	36	3	5	3	2	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	47	5	5	5	5	5	5	5	40		
305	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63	5	4	4	4	4	4	4	33	
306	4	5	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	56	4	4	4	3	3	5	5	40	
307	5	4	3	5	3	5	3	4	32	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	1	3	5	67	4	4	4	4	4	4	4	33
308	4	4	5	4	4	4	4	5	37	3	4	5	5	3	4	5	5	3	4	3	4	4	3	5	60	5	5	5	4	4	4	4	37	
30																																		

#### Lampiran 4: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

##### Uji Validitas

##### 1. $X_1$

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	26,90	25,334	0,749	0,899
X1.2	27,07	22,754	0,780	0,894
X1.3	27,17	23,799	0,691	0,902
X1.4	27,27	23,651	0,764	0,895
X1.5	27,13	24,602	0,602	0,910
X1.6	26,97	24,171	0,813	0,893
X1.7	26,73	24,133	0,645	0,906
X1.8	27,07	24,202	0,708	0,900

##### 2. $X_2$

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	56.80	101.614	.692	.959
X2.2	56.43	100.875	.820	.956
X2.3	56.33	100.506	.798	.957
X2.4	56.67	102.230	.822	.956
X2.5	56.33	104.230	.596	.961
X2.6	56.43	107.013	.595	.960
X2.7	56.53	101.085	.792	.957
X2.8	56.53	99.706	.774	.957
X2.9	56.17	101.730	.782	.957
X2.10	56.33	102.437	.890	.955
X2.11	56.33	99.264	.867	.955
X2.12	56.33	106.437	.785	.958
X2.13	56.57	105.495	.702	.959
X2.14	56.33	99.333	.829	.956
X2.15	56.40	101.421	.894	.955

##### 3. Y

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	26.70	26.079	.833	.939
Y2	26.83	25.178	.891	.935
Y3	26.87	27.085	.875	.938
Y4	26.90	26.024	.937	.933
Y5	27.07	24.892	.898	.934
Y6	26.80	27.683	.682	.949
Y7	27.23	26.116	.791	.942
Y8	27.43	27.633	.607	.954

## Uji Reliabilitas

1.  $X_1$ **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	8

2.  $X_2$ **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	15

## 3. Y

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.948	8



## Lampiran 5: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

### 1. Regresi Linear Berganda dan Uji T

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.415	1.077		3.169	.002
	Kualitas Pelayanan	.868	.027	.862	32.366	.000
	<i>Servicescape</i>	.015	.014	.028	1.047	.296

a. Dependent Variable: Minat Beli

### 2. Uji F

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3147.438	2	1573.719	575.167	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1009.624	369	2.736		
	Total	4157.062	371			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), *Servicescape*, Kualitas Pelayanan

### 3. Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.870 <sup>a</sup>	.757	.756	1.654

a. Predictors: (Constant), *Servicescape*, Kualitas Pelayanan