

## Lampiran I

### KUESIONER PRASURVEY

Assalamualaikum Wr. Wb

Perkenalkan nama saya Isri Novyanti mahasiswi Universitas Esa Unggul, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Pada Kesempatan ini saya memohon bantuan Saudara/i semua untuk bersedia mengisi pra survey ini sebagai tahap awal untuk menyelesaikan tugas akhir saya yang berjudul "Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, Variasi Produk Terhadap Kepuasan konsumen pada Niat Beli Ulang, dan dimoderasi Harga pada *Coffee Shop* Janji Jiwa Mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi Pra Survey ini dengan Sebenar-benarnya. Terima kasih.

1. Apakah Suasana Toko pada *coffee shop* janji jiwa sudah menarik?
  - a. Ya
  - b. TidakAlasan:
  
1. Apakah Kualitas Produk yang diberikan pada kopi janji jiwa sudah baik dari pada produk *coffee shop* lain nya?
  - a. Ya
  - b. TidakAlasan:
  
2. Apakah Variasi Produk pada kopi Janji jiwa sudah cukup bervariasi?
  - a. Ya
  - b. TidakAlasan:
  
3. Apakah Harga yang diberikan pada kopi janji jiwa sudah lebih terjangkau dari *coffee shop* lain?
  - a. Ya
  - b. TidakAlasan:

## Lampiran II

### KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Responden yang terhormat,

Perkenalkan Saya Isri Novyanti, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul yang sedang melakukan penelitian tentang “Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Niat Beli Ulang dan Dimoderasi Harga Pada *Coffee Shop* Janji Jiwa dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi.

Oleh karena itu, saya mohon kesediaan anda untuk meluangkan waktu guna mengisi kuisisioner ini. Karenanya, kebenaran dan kelengkapan jawaban yang anda berikan akan sangat membantu bagi penulis, untuk selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang penulis lakukan.

Atas kesediaan anda memberikan jawaban, sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terimakasih.

#### **PETUNJUK:**

Isilah data responden dibawah ini kemudian pilihlah jawaban dengan tanda (X) pada jawaban yang tersedia.

#### **I. Data Responden**

1. Jenis Kelamin:
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
2. Usia:
  - a. 17-21 tahun
  - b. 22-26 tahun
  - c. 27-31 tahun
  - d. > 31 tahun
3. Pendidikan Terakhir :
  - a. SMA/Sederajat
  - b. Sarjana
  - c. Pasca Sarjana
  - d. Lain-lain,tuliskan
4. Pekerjaan anda saat ini :
  - a. Pelajar/Mahasiswa
  - b. Karyawan

- c. Wirausaha
- d. Lain-Lain,tuliskan
- 5. Pernah membeli dan mengunjungi Kopi Janji Jiwa?
  - a. Ya, sudah pernah
  - b. Tidak, belum pernah
- 6. Di wilayah mana anda pernah membeli dan mengunjungi kopi janji jiwa?
  - a. Jakarta Barat
  - b. Jakarta Pusat
  - c. Jakarta Selatan
  - d. Jakarta Utara
  - e. Jakarta Timur
- 7. Dalam kurun waktu 2 bulan sudah berapa kali anda membeli dan mengunjungi kopi janji jiwa?
  - a. 1-2 kali
  - b. 3-4 kali
  - c. > 5 kali

## II. Cara Pengisian

1. Sebelum mengisi pernyataan kuesioner di bawah, dimohon untuk membaca petunjuk pengisian dengan baik dan isilah data responden terlebih dahulu.
2. Kuisisioner Penelitian ini terdiri dari 24 pernyataan.
3. Isilah semua pertanyaan dalam kuesioner sesuai dengan kenyataan, dengan cara memberikan tanda (✓) pada kotak yang telah tersedia.

### KETERANGAN

No	Alternatif jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Setuju (S)	3
4	Sangat Setuju (SS)	4

## III. Daftar Pernyataan

NO.	PERNYATAAN	KETERANGAN			
		STS	TS	S	SS
	<i>Store Atmosphere</i>				
1.	Bangunan dari kedai kopi janji jiwa sangat menarik				
2.	Karyawan pada kedai kopi janji jiwa berpenampilan rapi				

3.	Kebersihan kedai kopi janji jiwa sangatlah dijaga				
4.	Penataan merchandise pada kedai kopi janji jiwa tertata rapi				
<b>Kualitas Produk</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Kedai kopi janji jiwa memiliki rasa kopi yang berbeda dari kedai kopi lain				
2.	Saya merasa kopi janji jiwa telah menyajikan produk yang beragam				
3.	Saya merasa kopi janji jiwa menyajikan produk yang sesuai dengan menu yang ditawarkan				
4.	Saya merasa aroma produk kopi janji jiwa mempunyai daya tarik tersendiri				
5.	Desain kemasan ( <i>packaging</i> ) kopi janji jiwa menarik				
<b>Variasi Produk</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Harga yang ditawarkan pada kopi janji jiwa beragam				
2.	Ketersediaan Rasa pada kopi janji jiwa beragam				
3.	Bahan – Bahan kopi yang digunakan pada kopi janji jiwa beragam				
<b>Kepuasan Konsumen</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Saya merasa puas karena rasa minuman pada kopi janji jiwa sudah sesuai harapan				
2.	Saya merasa puas dengan kinerja karyawan kedai kopi janji jiwa saat melayani konsumen				
3.	Saya merasa puas karena menu yang dihidangkan sangat terjamin kualitasnya				

4.	Saya merekomendasikan kopi janji jiwa kepada teman saya karena rasa yang enak				
<b>Harga</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Harga kopi janji jiwa sangat terjangkau bagi saya				
2.	Harga kopi janji jiwa sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan				
3.	Harga kopi janji jiwa mampu bersaing dan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen				
<b>Niat Beli Ulang</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Saya berkeinginan untuk membeli kembali kopi janji jiwa				
2.	Saya berkeinginan untuk mencoba variasi menu baru lainnya yang ditawarkan kopi janji jiwa				
3.	Saya akan merekomendasikan kopi janji jiwa kepada teman – teman saya				
4.	Saya lebih memilih kopi janji jiwa dibandingkan kopi lainnya				
5.	Saya selalu mencari informasi mengenai produk (menu baru,diskon,dll) untuk membeli kembali kopi janji jiwa				

## Lampiran III

## Data Tabulasi Karakteristik 120 Responden

Keterangan		Jumlah Responden			
Jenis Kelamin	Perempuan	69	120	57.8%	100%
	Laki-Laki	51		43.2%	
Usia	16-21 tahun	59	120	49.6%	100%
	22-26 tahun	51		42.5%	
	27-31 tahun	8		6.4%	
	>31 tahun	2		1.4%	
Pendidikan Terakhir	SMA/Sederajat	86	120	71.8%	100%
	Sarjana	32		26.1%	
	Pasca Sarjana	2		1.4%	
Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar	71	120	59.3%	100%
	Karyawan	42		35%	
	Wirausaha	5		3.9%	
	Lainnya	2		1.4%	
Wilayah Membeli dan Mengunjungi	Jakarta Barat	72	120	60%	100%
	Jakarta Pusat	18		15%	
	Jakarta Selatan	24		20%	
	Jakarta Timur	4		3%	
	Jakarta Utara	2		2%	
Frekuensi Pembelian	1-2 Kali	76	120	63.1%	100%
	3-4 Kali	33		26.8%	
	>5 Kali	11		8.9%	

Lampiran IV

Tabulasi data 120 Responden

Res-120	X1 (Store Atmosphere)				X2 (Kualitas Produk)					X3 (Variasi Produk)			M1 (Harga)			Y1 (Kepuasan Konsumen)				Y2 (Niat Beli Ulang)					
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	5	
1	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	
2	3	3	2	4	3	4	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	4	
3	4	2	2	3	3	4	3	1	4	3	4	3	3	4	4	3	4	1	3	3	4	3	4	4	
4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
5	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
6	3	2	2	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	
7	4	3	3	4	2	3	3	2	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	
8	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	
9	4	4	1	4	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	3	4	1	1	1	
10	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	
11	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	
12	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	
13	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
14	2	3	3	3	2	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	2	4	
15	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	
16	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	
17	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
18	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	
19	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
20	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	







83	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	
84	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4
85	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
86	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	1	2	3	2	2	2	2	1	2	
87	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	2	3	2	2	
88	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	2	3	2	3
89	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	1	3
90	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	
91	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4
92	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	
94	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	
95	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	
96	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	1	3	
97	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	
98	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
100	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	
101	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	
102	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	
103	3	3	3	4	2	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	2	2	2	
104	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	2	3	2	2	
105	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
106	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	
107	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
108	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
109	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
110	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	
111	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	
112	3	2	1	3	2	2	4	2	4	4	4	3	4	4	3	2	1	2	1	2	3	1	1	1	
113	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	

114	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
115	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
116	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	
117	3	4	3	3	4	2	3	2	4	4	2	2	2	3	3	3	3	4	4	2	3	3	1	4
118	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
119	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4
120	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	3

## Lampiran V

## Output Smart PLS

Created on 2020-07-29

## SmartPLS (v.3.3.2)

By

Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.-M. 2015.  
"SmartPLS 3."

Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

## Hasil PLS Algorithm

## Validitas dan Reliabilitas Konstruk

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Harga_	0.780	0.800	0.871	0.693
Kepuasan Konsumen	0.803	0.810	0.872	0.631
Kualitas Produk	0.767	0.773	0.842	0.517
Moderasi_Kepuasan *Harga	1.000	1.000	1.000	1.000
Niat Beli Ulang	0.859	0.868	0.899	0.641
Store Atmosphere	0.729	0.771	0.830	0.554
Variasi Produk	0.703	0.703	0.835	0.627

## R- Square

	R Square	Adjusted R Square
Kepuasan Konsumen	0.567	0.562
Niat Beli Ulang	0.616	0.612

**Validitas Diskriminan (Discriminat Validity)**

	Harga	Kepuasan Konsumen	Kualitas Produk	Moderasi Harga	Niat Beli Ulang	Store Atmosphere	Variasi Produk
Harga_	0.832						
Kepuasan Konsumen	0.490	0.794					
Kualitas Produk	0.595	0.664	0.719				
Moderasi_Kepuasan *Harga	-0.186	-0.085	-0.157	1.000			
Niat Beli Ulang	0.491	0.772	0.626	-0.099	0.801		
Store Atmosphere	0.314	0.637	0.503	-0.068	0.503	0.744	
Variasi Produk	0.564	0.482	0.600	-0.068	0.452	0.405	0.792

**Hasil Bootstrapping****Path Coefficient (Mean, T-Value, Pvalue)**

	Sampel Asli (O)	Rata – Rata Sampel (M)	Standart Deviasi (STDEV)	T-Statistik ((O/STDEV))	P Value
Store Atmosphere -> Kepuasan Konsumen	0.397	0.396	0.055	7.254	0.000
Kualitas Produk -> Kepuasan Konsumen	0.425	0.426	0.058	7.350	0.000
Variasi Produk -> Kepuasan Konsumen	0.066	0.069	0.60	1.092	0.275
Kepuasan Konsumen -> Niat Beli Ulang	0.700	0.698	0.48	14.671	0.000
Harga -> Niat Beli Ulang	0.148	0.153	0.049	3.012	0.003
Moderasi_Kepuasan* Harga -> Niat Beli Ulang	-0.046	-0.047	0.042	1.098	0.273

## Outer Loading

	Harga_	Kepuasan Konsumen	Kualitas Produk	Moderasi_Kepuasan *Harga	Niat Beli Ulang	Store Atmosphere	Variasi Produk
Harga_ * Harga_				1.488			
M1.1	0.783						
M1.2	0.854						
M1.3	0.858						
X1.1						0.631	
X1.2						0.826	
X1.3						0.848	
X1.4						0.645	
X2.1			0.734				
X2.2			0.744				
X2.3			0.711				
X2.4			0.740				
X2.5			0.663				
X3.1							0.806
X3.2							0.797
X3.3							0.772
Y1.1		0.857					
Y1.2		0.759					
Y1.3		0.731					
Y1.4		0.823					
Y2.1					0.833		
Y2.2					0.713		
Y2.3					0.839		
Y2.4					0.832		
Y2.5					0.778		

