



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, LOKASI DAN HARGA TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION***

**(Studi kasus padakonsumen Carrefour DP Mall Semarang)**

Skripsi

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun:

SARAHNADIA

NIM. 14020213140132

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2017**

**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN KARYA ILMIAH SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Sarahnadia
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020213140132
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang/ 2 Juni 1995
4. Program : S1 Reguler FISIP-Undip
5. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
6. Alamat : Jalan Sri Rejeki II nomor 20, Kalibanteng  
Kidul, Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul :

***Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Harga terhadap Repurchase  
Intention***  
**(Studi kasus pada konsumen Carrefour DP Mall Semarang)**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggungjawab.

Semarang, September 2017  
Pembuat Pernyataan;

Sarahnadia  
NIM14020213140132

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi dan Harga Terhadap *Repurchase Intention* (Studi kasus pada konsumen Carrefour DP Mall Semarang)

Nama Penyusun : Sarahnadia

NIM : 14020213140132

Departemen : Administrasi Bisnis

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1.**

Semarang, September 2017

Dekan

Wakil Dekan 1

Dr. Sunarto, M.Si.  
NIP. 19660727 199203 1 001

Dr. Hedi Pudjo Santoso, M.Si  
NIP. 19610510 198902 1 002

### **Dosen Pembimbing :**

1. Dra. Sri Suryoko, M.Si (.....)

### **Dosen Penguji :**

1. Agung Budiarmo, S.Sos, MM (.....)

2. Dr. Drs. Ngatno, M.M (.....)

3. Dra. Sri Suryoko, M.Si (.....)

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Berdoalah kepada-KU (Allah SWT), niscaya akan AKU kabulkan”

(Quran. Al Mukmin: 60)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya  
sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Quran. Al Insyirah: 5-6)

“Dimana ada kemauan, disitu ada jalan”

“Berbuatlah baik. Dan Kebaikan akan datang kepadamu”

## **PERSEMBAHAN**

### **Skripsi ini penulis persembahkan kepada:**

1. Orang tua tercinta, Mama Ferial dan Abi Achmad Fauzi. Yang selalu memberi kasih sayang dan mendoakan serta dukungan dan bimbingan penulis selama ini.
2. Kakak dan adik-adik tersayang, Kak Ina, Reyhan dan Thalita serta keponakan Zidane yang telah mendoakan, memberi semangat dan dukungan kepada penulis.
3. Seluruh keluarga besar Ali Alatas dan Usman Al Habsyi yang telah mendukung dan mendoakan penulis.
4. Ganang, yang selalu menemani, membantu, memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
5. Sahabat-sahabatku, Ririn, Niak, Bantet, Situl dan Megi yang walaupun sibuk tetap memberi dukungan, semangat dan canda tawa disela-sela waktu penulis.
6. Trio-ku, Nimas dan Dewi yang telah memberi semangat serta menjadi pendengar yang baik atas segala curhatan penulis dan dengan ikhlas memberikan tumpangan kepada penulis.
7. Teman-teman Administrasi Bisnis 2013, terutama kelas 12 yang selalu membuat hari-hari selama kuliah menjadi menyenangkan.
8. Teman-teman KKN Sekarjalak. Terima kasih telah menjadi keluarga selama 35 hari.

## **Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi, dan Harga Terhadap *Repurchase Intention***

**(Studi kasus pada konsumen Carrefour DP Mall Semarang)**

### **ABSTRAK**

Semakin banyaknya ritel modern di Kota Semarang, tentu saja menimbulkan persaingan sesama ritel modern tersebut. Sehingga konsumen dengan mudah bisa berganti ritel modern yang dikunjungi, atau tetap loyal dengan satu ritel. Carrefour merupakan salah satu ritel modern dalam kategori hipermarket yang menjadi pilihan di Kota Semarang. Banyaknya ritel modern pesaing yang menampilkan suasana toko yang menarik, lokasi yang dekat dengan harga yang lebih murah menyebabkan jumlah penjualan Carrefour mengalami penurunan yang berdampak pada pertumbuhan *Customer debit* yang juga mengalami penurunan dari tahun 2014-2016.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, lokasi dan harga terhadap *repurchase intention* pada konsumen Carrefour DP Mall Semarang. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Adapun jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Data dianalisis melalui uji validitas, uji reliabilitas, *crosstab*, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, dan uji F dengan bantuan program IBM SPSS versi 16.0.

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *store atmosphere*, lokasi dan harga terhadap *repurchase intention* secara parsial maupun secara simultan. Adapun saran untuk Carrefour DP Mall adalah memperbaiki tampilan depan dan dekorasi dalam gerai agar lebih menarik serta memperhatikan harga beberapa item yang lebih mahal dari pesaing.

**Kata kunci: Suasana toko, lokasi, harga dan minat pembelian ulang**

***The Influence of Store Atmosphere, Location and Price on Repurchase Intention***

***(Case Study on the Costumer of Carrefour DP Mall Semarang)***

**ABSTRACT**

*The number of retail markets in Semarang which getting larger lead into business completion among them. It made the costumer has many choices to change their preference in choosing the retail markets. Carrefour is one of modern retail markets in Semarang which categorize as hypermarket. Because of many business competitors which had more decent atmosphere, more strategic area, and cheaper price the amount sales in Carrefour was decrease in line with the rate of costumer debit in 2014-2016.*

*The objective of this study was to discover the influence of store atmosphere, location and price on the repurchase intention of the costumer Carrefour DP Mall Semarang. This study is an explanatory research. The method of data collection used in this study was accidental sampling. There are 100 respondents as the sample of this research. The data was analyzed through validity test, reliability test, crosstab, correlation coefficient, determination coefficient, simple linier regression, double linier regression, t test, F test by using IBM SPSS version 16.0.*

*Based on the analyzed result, it can be concluded that there was a significant positive influence among store atmosphere, location and price on costumer repurchase intention partially and simultaneously. The suggestion which could be give to the Carrefour DP Mall Semarang is to redesign the display and the decoration inside the shop to be more attractive and considering the Price of some ítems which might be higher tan the competitor.*

***Keywords: store atmosphere, location, price and repurchase intention***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi dan Harga Terhadap *Repurchase Intention*”** dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Skripsi ini bisa diselesaikan tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dr. Sunarto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun laporan ini.
3. Dra. Sri Suryoko, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan.
4. Dr. Drs. Ngatno, M.M selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan serta memberi saran dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Naili Farida, M.Si selaku dosen penguji komprehensif yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan mengarahkan penulis.



6. Agung Budiarmi, S.Sos, MM selaku dosen penguji yang telah mengarahkan dan memberi saran kepada penulis.
7. Seluruh *manager* dan karyawan PT Trans Retail Indonesia, yang telah memberikan bantuan dan informasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.
9. Segenap Keluarga, Orang Tua dan Sahabat atas, motivasi dan doa yang tulus yang telah diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan.
11. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah peneliti berikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis, maka dalam kesempatan yang ini penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Penulis hanya bisa berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Terima Kasih.

Semarang, 2017  
Penulis

Sarahnadia  
14020213140132

## DAFTAR ISI

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH SKRIPSI.....                                    | i                                   |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....   | iii                                 |
| ABSTRAK .....  | v                                   |
| <i>ABSTRACT</i> .....  | vi                                  |
| KATA PENGANTAR .....   | vii                                 |
| DAFTAR ISI .....   | i                                   |
| DAFTAR TABEL .....   | iv                                  |
| DAFTAR GAMBAR .....  | vi                                  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....   | vii                                 |
| BAB I PENDAHULUAN .....  | 1                                   |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....   | 1                                   |
| 1.2 Rumusan Masalah .....  | 10                                  |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....   | 11                                  |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....  | 12                                  |
| 1.5 Kerangka Teori.....  | 13                                  |
| 1.5.1 Retailing .....  | 13                                  |
| 1.5.2 <i>StoreAtmosphere</i> .....   | 16                                  |
| 1.5.3 Lokasi Toko .....  | 25                                  |
| 1.5.4 Harga.....   | 27                                  |
| 1.5.5 <i>Repurchase Intention</i> .....  | 29                                  |
| 1.5.6 Hubungan <i>StoreAtmosphere</i> dan <i>RepurchaseIntention</i> .....             | 31                                  |
| 1.5.7 Hubungan Lokasi dan <i>Repurchase Intention</i> .....                            | 32                                  |
| 1.5.8 Hubungan Harga dan <i>RepurchaseIntention</i> .....                              | 32                                  |
| 1.5.9 Hubungan <i>Store Atmosphere</i> , Lokasi, Harga dan <i>Repurchase Intention</i> | 33                                  |
| 1.5.10 Penelitian terdahulu .....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.6 Hipotesis .....  | 34                                  |
| 1.7 Definisi Konsep.....   | 35                                  |

|  |           |
|--|-----------|
| 1.8 Definisi Operasional .....                               | 36        |
| 1.9 Metode Penelitian .....                                  | 38        |
| 1.9.1 Tipe Penelitian.....                                   | 38        |
| 1.9.2 Populasi & Sampel .....                                | 39        |
| 1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel.....                         | 40        |
| 1.9.4 Jenis Data .....                                       | 40        |
| 1.9.5 Sumber Data.....                                       | 41        |
| 1.9.6 Skala Pengukuran .....                                 | 41        |
| 1.9.7 Teknik Pengumpulan Data.....                           | 42        |
| 1.9.8 Teknik Analisis Data .....                             | 43        |
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM CARREFOUR DP MALL SEMARANG.....</b>  | <b>51</b> |
| 2.1 Sejarah singkat Carrefour Internasional .....            | 51        |
| 2.2 Sejarah PT. Carrefour Indonesia .....                    | 52        |
| 2.3 Sejarah Carrefour DP Mall Semarang .....                 | 53        |
| 2.4 Profil Perusahaan.....                                   | 54        |
| 2.4.1 Visi PT. Carrefour Indonesia .....                     | 54        |
| 2.4.2 Misi PT. Carrefour Indonesia.....                      | 54        |
| 2.4.3 Logo PT. Carrefour Indonesia.....                      | 55        |
| 2.4.4 Kepemilikan di Indonesia .....                         | 56        |
| 2.4.5 Slogan .....   | 56        |
| 2.4.6 Tipe Gerai .....                                       | 56        |
| 2.4.7 Daftar Gerai.....                                      | 57        |
| 2.4.8 Struktur Organisasi .....                              | 61        |
| 2.4.9 Tugas dan Tanggung Jawab .....                         | 62        |
| 2.5 Identitas Responden.....                                 | 65        |
| 2.5.1 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin.....         | 66        |
| 2.5.2 Identitas Reponden Menurut Usia .....                  | 66        |
| 2.5.3 Identitas Responden Menurut Pekerjaan .....            | 67        |
| 2.5.4 Identitas Responden Menurut Pengeluaran Perbulan ..... | 68        |

|   |     |
|---|-----|
| BAB III PENGARUH <i>STORE ATMOSPHERE</i> , LOKASI DAN HARGA TERHADAP <i>REPURCHASE INTENTION</i> (Studi kasus kosumen Carrefour DP Mall Semarang) ..... | 70  |
| 3.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....   | 70  |
| 3.1.1 Uji Validitas .....   | 71  |
| 3.1.2 Uji Reliabilitas.....   | 73  |
| 3.2 Analisis Deskripsi Variabel .....   | 74  |
| 3.2.1 Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....  | 74  |
| 3.2.2 Variabel Lokasi .....   | 90  |
| 3.2.3 Variabel Harga .....  | 97  |
| 3.2.4 Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....  | 105 |
| 3.3 Analisis Data .....   | 111 |
| 3.3.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....   | 111 |
| 3.3.2 Pengaruh Lokasi terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....  | 118 |
| 3.3.3 Pengaruh Harga terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....   | 125 |
| 3.3.4 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , Lokasi dan Hargaterhadap <i>Repurchase Intention</i> .....   | 131 |
| 3.4 Pembahasan.....   | 137 |
| BAB IV PENUTUP .....  | 142 |
| 4.1 Kesimpulan .....  | 142 |
| 4.2 Saran .....   | 144 |
| DAFTAR PUSTAKA .....  | 145 |

## DAFTAR TABEL

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 1. 1 Data <i>Net Sales</i> Carrefour <i>Teritory</i> dan Semarang.....                                 | 8   |
| Tabel 1.2Data pertumbuhan Customer Debit Carrefour DP Mall Semarangperiode 2014 sampai YTD Agustus 2016..... | 9   |
| Tabel 1. 3 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....   | 45  |
| <br>   |     |
| Tabel 2. 1 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin.....  | 66  |
| Tabel 2. 2 Identitas Reponden Menurut Usia .....   | 66  |
| Tabel 2. 3 Identitas Responden Menurut Pekerjaan .....   | 67  |
| Tabel 2. 4 Identitas Responden Menurut Pengeluaran Perbulan.....   | 68  |
| <br>   |     |
| Tabel 3. 1Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel.....   | 72  |
| Tabel 3. 2Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas .....  | 73  |
| Tabel 3. 3 Tampilan Muka Carrefour DP Mall Semarang .....  | 75  |
| Tabel 3. 4 Logo Carrefour atau Transmart Retail.....   | 76  |
| Tabel 3. 5 Desain Bangunan Carrefour DP Mall Semarang .....  | 77  |
| Tabel 3. 6 Warna dan Pencahayaan di Carrefour DP Mall Semarang .....   | 78  |
| Tabel 3. 7 Aroma Ruangan gerai Carrefour DP Mall Semarang .....  | 79  |
| Tabel 3. 8 Musik dalam gerai Carrefour DP Mall Semarang.....   | 80  |
| Tabel 3. 9 Penempatan Rak dan Barang di gerai Carrefour DP Mall Semarang .                                   | 81  |
| Tabel 3. 10 Suhu Udara dalam gerai Carrefour DP Mall Semarang .....  | 82  |
| Tabel 3. 11 Kebersihan dalam gerai Carrefour DP Mall Semarang .....  | 82  |
| Tabel 3. 12 Tata Letak dan <i>Display</i> barang dalam gerai Carrefour DP Mall Semarang .....                | 83  |
| Tabel 3. 13Alur Pergerakan Berbelanja Carrefour DP Mall Semarang.....  | 84  |
| Tabel 3. 14 Dekorasi Pemikat dalam gerai Carrefour DP Mall Semarang .....                                    | 86  |
| Tabel 3. 15 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....                   | 87  |
| Tabel 3. 16 Kategorisasi Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....  | 90  |
| Tabel 3. 17 Suasana Lokasi Sekitar Tempat Carefour Beroperasi .....  | 91  |
| Tabel 3. 18 kemudahan akses lokasi ke Carrefour .....  | 92  |
| Tabel 3. 19 Ketersediaan dan Keamanan Lokasi Parkir Carrefour .....  | 93  |
| Tabel 3. 20 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Lokasi .....                                    | 94  |
| Tabel 3. 21 Kategorisasi Variabel Lokasi .....   | 97  |
| Tabel 3. 22 Keterjangkauan Harga .....   | 98  |
| Tabel 3. 23 Kesuaian Harga dengan Kualitas Pelayanan.....  | 99  |
| Tabel 3. 24 Daya Saing Harga Dibanding Ritel lain .....  | 100 |
| Tabel 3. 25 Potongan Harga .....   | 101 |
| Tabel 3. 26 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga.....                                      | 102 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 3. 27 Kategorisasi Variabel Harga .....   | 104 |
| Tabel 3. 28 Keinginan Membeli Kembali Produk Yang Ditawarkan Carrefour DP Mall Semarang.....                              | 105 |
| Tabel 3. 29Keinginan untuk Mencari Produk-produk Yang Dibutuhkan di Carrefour DP Mall Semarang .....                      | 106 |
| Tabel 3. 30 Minat Berbelanja Kembali di Carrefour DP Mall Semarang.....   | 107 |
| Tabel 3. 31 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....                            | 108 |
| Tabel 3. 32 Kategorisasi Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....   | 111 |
| Tabel 3. 33Tabel Silang Variabel <i>Store Atmosphere</i> ( $X_1$ ) terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y)..... | 112 |
| Tabel 3. 34 Koefisien Korelasi <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....                         | 113 |
| Tabel 3. 35 Regresi Linear Sederhana <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....                   | 115 |
| Tabel 3. 36Tabel Silang Variabel Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y).....                  | 119 |
| Tabel 3. 37 Koefisien Korelasi Lokasi terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....  | 120 |
| Tabel 3. 38Regresi Linear Sederhana <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....                    | 122 |
| Tabel 3. 39Tabel Silang Variabel Harga ( $X_3$ ) terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y).....                   | 125 |
| Tabel 3. 40 Koefisien Korelasi Harga terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....   | 126 |
| Tabel 3. 41Regresi Linear Sederhana <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....                    | 128 |
| Tabel 3. 42Koefisien Determinasi <i>Store Atmosphere</i> , Lokasi dan Hargaterhadap <i>RepurchaseIntention</i> .....      | 131 |
| Tabel 3. 43Regresi Linear Berganda <i>Store Atmosphere</i> , Lokasi dan Hargaterhadap <i>Repurchase Intention</i> .....   | 133 |
| Tabel 3. 44Uji F <i>Store Atmosphere</i> , Lokasi dan Hargaterhadap <i>Repurchase Intention</i> .....                     | 135 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |     |
|---|-----|
| Gambar 1. 1 Pertumbuhan Omzet Ritel Modern Indonesia Tahun 2011-2016.....   | 3   |
| Gambar 1. 2 Skema antar variabel.....   | 35  |
| Gambar 1. 3 Kurva Hasil Uji t ( <i>one tail test</i> ).....   | 48  |
| Gambar 1. 4 Kurva Hasil Uji F ( <i>two tail test</i> ).....   | 50  |
| <br>  |     |
| Gambar 2. 1Logo PT. Carrefour Indonesia.....  | 55  |
| Gambar 2. 2Logo PT. Trans Retail Indonesia.....   | 56  |
| <br>  |     |
| Gambar 3. 1Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....                           | 118 |
| Gambar 3. 2Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t Lokasi terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....  | 124 |
| Gambar 3. 3Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t Lokasi terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....  | 131 |
| Gambar 3. 4Kurva Uji F <i>Store Atmosphere</i> ( $X_1$ ), Lokasi ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ) Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Y) ..... | 137 |

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat telah Melaksanakan Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Tabel Induk Penelitian
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Tabulasi Silang
- Lampiran 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Sederhana dan Uji t
- Lampiran 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Berganda dan Uji F
- Lampiran 8 Tabel r
- Lampiran 9 Tabel t
- Lampiran 10 Tabel f