

DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, W. A., & Risa Ratna Gumilang. (2023). Peran Financial Technology Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(3), 525.
- Ferawati. (2020). Pengambilan keputusan konsumen pada pembelian beras di Kota Makassar. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 6(2), 121.
- Fikri. (2018). Pengaruh brand image, lokasi dan store atmosphere terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada minimarket “kedai yatim.” *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 56.
- Handoko, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kredibilitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Di Starbucks Coffee. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 3(2), 15.
- Hartati. (2017). Gaya hidup konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 4(2), 20–25.
- Hestyani, A. D. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Kredibilitas Iklan, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Yang Menggunakan Masker Wajah Mustika Ratu Di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 2(1), 77.
- Japariato. (2019). Pengaruh retail service quality terhadap minat berkunjung ulang mall di Surabaya melalui perceived quality dan customer satisfaction sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Pemasara*, 13(2), 17–27.
- Katarika. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 544.
- Kholidah. (2020). *Faktor-faktor pengambilan keputusan pembelian kosmetik berlabel halal*. Penerbit Nem.
- Kotler, Philip, & Armstrong. (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Erlangga (ed.)).
- Kurniawan. (2017). Pengaruh perceived quality terhadap brand loyalty melalui mediasi brand image dan brand trust. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 17.
- Laksana. (2018). Pengaruh digital marketing terhadap organizational performance dengan intellectual capital dan perceived quality sebagai variabel intervening pada industri hotel bintang empat Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen*

Pemasaran, 12(1), 10–24.

Lastianti. (2022). Hubungan Kelompok Acuan, Perceived Value, Perceived Quality Dan Media Sosial Terhadap Niat Pembelian Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Sepeda Pushbike (Studi Pada Komunitas Pushbike Surabaya). *Media Mahardhika*, 20(2), 252–263.

Maharani. (2020). Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap produk iphone di bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 5(2), 88.

Mandagie, A. I. L. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas SamRatulangi Manado. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 89.

Mardikaningsih. (2021). Pengambilan Keputusan Pembelian Produk berdasarkan Ekuitas Merek. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 4(2), 80–85.

Maretha. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Buku Gramedia Pondok Indah. *Binus Business Review*, 9(1), 121.

Marlius, & Jovanka. (2023). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen YOU pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490.

Nia Resti Dianti. (2020). Kredibilitas iklan dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 134.

Pranawa. (2020). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 89.

Ramadhana, I. A. A. (2020). Kombinasi Celebrity endorser dan Kredibilitas iklan terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus pada Persit Kodim 0821 Lumajang). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 34.

Saputro. (2019). Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Ritel Minimarket Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(2), 132.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Alfabeta.

Triznawati, A., & Khairunnisa, K. (2020). Strategi Marketing Mix Guna Meningkatkan Penjualan Pada Mini Market Z-Mart Banjarbaru. *Kindai*, 14(3),

138.

- Vilda, S. (2020). Pengaruh Kredibilitas Iklan dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Produk Pakaian di Pineappleshopy Surabaya. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 12.
- Welsa. (2019). Pengaruh Kualiatas Layanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen di Restoran Toean Watiman Yogyakarta). *Ebbank*, 3(1), 99.

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1.

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH DI MY LOVA BENGKULU

Bersama ini saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi daftar pertanyaan atau pernyataan di bawah ini. Saya mohon Bapak/Ibu dapat menjawab pertanyaan dengan memberikan tanda *checklist* (✓) pada jawaban yang anda pilih dan menuliskan jawaban pada tempat yang telah disediakan.

Akhir kata, saya ucapkan terima kasih kepada responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

A. Identitas Peneliti

Nama : Linsi Oktaviani
NPM : 2161201076
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Bengkulu

B. Identitas Responden

Nama :

Usia :

- ☐ 17 – 20 Tahun
☐ 21 – 30 Tahun
☐ 31 – 40 Tahun
☐ > 40 Tahun

Pekerjaan :

C. Petunjuk Pengisian Jawaban

1. Pada lembaran ini terdapat beberapa pernyataan yang harus Bapak/Ibu tanggap. Kepada Bapak/Ibu kami mohon utnuk berkenan menjawab seluruh pertanyaan yang ada dengan jujur dan sebenarnya.

2. Dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, tidak ada jawaban yang salah. Oleh karena itu, usahakanlah agar tidak ada jawaban yang dikosongkan.
3. Berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
4. Ada lima alternatif jawaban, yaitu:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Perceived Quality (X_1)					
	STS	TS	N	S	SS
Konsumen (Orang)					
1. Konsumen my Lova memberikan informasi yang tepat					
2. Toko My Lova melayani konsumen dengan baik					
3. Karyawan Toko My Lova memiliki hubungan yang baik dengan konsumen					
Proses					
4. Pembelian kosmetik di My Lova diproses dengan cepat					
5. Toko My Lova melakukan pelayanan dengan andal pada konsumen					
6. Karyawan Toko My Lova memiliki ketanggapan konsumen dalam memproses pelayanan					
Bukti Fisik					
7. Toko My Lova memiliki ruangan yang luas sehingga konsumen nyaman berbelanja					
8. My Lova memiliki lahan parkir yang las sebagai sarana penunjang toko					

Store Atmosphere (X ₁)					
	SS	S	RR	TS	STS
Storefront (bagian muka toko)					
1. Bagian Muka Toko terlihat bagus					
Marquee (simbol)					
2. Terdapat logo Toko My Lovadi dalam dan luar toko					
Entrance (pintu masuk)					
3. Pintu Masuk Toko My Lovalebar dan tidak sulit dibuka					
4. Adanya akses keluar masuk udara					
Display window height and size building (tinggi dan ukuran gedung)					
5. Toko My Lova memiliki gedung yang Tinggi dan Ukuran Gedung yang luas					
Uniqueness (keunikan)					
6. Toko My Lova memiliki aksen yang unik					
Surrounding area (lingkungan sekitar)					
7. Lingkungan Sekitar Toko My Lova adalah tempat yang aman					
Parking (tempat parkir)					
8. Memiliki Tempat Parkir yang luas					

Keputusan Pembelian Konsumen (Y)					
	STS	TS	N	S	SS
Kesesuaian harapan					
1. Produk kosmetik di My Lova memiliki kualitas yang sesuai dengan harapan saya					
2. Konsumen melakukan pembelian karena produk kosmetik di My Lova berkualitas baik					
Minat Berkunjung Kembali					

3. Konsumen berkunjung kembali ke toko My Lova setiap produk yang saya gunakan sudah hampir habis					
4. Konsumen akan berkunjung kembali ke toko My Lova untuk membeli kosmetik					
Kesediaan Merekomendasikan					
5. Konsumen mereferensikan produk kosmetik yang dijual di My Lova kepada orang-orang di sekitar saya					
6. Orang-orang yang saya referensikan pada Toko My Lova merasa senang					

Lampiran Tabulasi Data (X₁)

No. Responden	(X ₁)								Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	24
2	3	5	5	4	4	3	5	4	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	5	4	4	4	33
5	4	5	4	4	4	4	4	4	33
6	3	3	3	3	3	3	3	3	24
7	3	4	5	5	4	4	5	5	35
8	3	4	5	3	5	5	4	3	32
9	3	3	3	3	3	3	3	3	24
10	3	4	5	4	3	4	5	4	32
11	4	5	3	3	5	5	4	3	32
12	3	4	5	4	3	4	5	4	32
13	5	3	5	4	3	4	5	3	32
14	3	3	3	3	3	3	3	3	24
15	4	4	4	4	5	4	4	4	33
16	3	5	4	4	3	5	5	4	33
17	4	3	5	4	3	4	5	4	32
18	3	4	5	5	3	4	5	5	34
19	5	3	5	5	3	4	5	5	35
20	3	4	5	4	3	5	5	4	33

Lampiran Tabulasi Data (X₂)

No. Responden	(X ₂)								Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	3	4	3	5	3	3	4	4	29
2	3	4	5	5	5	4	4	5	35
3	3	3	3	4	3	3	4	3	26
4	4	3	4	4	4	4	3	4	30
5	4	3	4	3	4	4	3	4	29
6	3	3	3	4	3	3	3	3	25
7	5	5	5	4	4	5	5	5	38
8	5	4	5	5	4	5	4	5	37
9	3	3	3	5	3	3	3	3	26
10	3	5	3	3	3	3	5	3	28
11	3	3	4	3	5	3	3	4	28
12	3	3	4	3	5	4	3	4	29
13	5	3	4	4	5	5	3	4	33
14	3	5	3	4	3	3	5	3	29
15	3	4	3	4	3	3	4	4	28
16	5	4	5	5	5	5	4	5	38
17	5	3	4	3	5	5	3	4	32
18	3	3	5	4	5	3	3	5	31
19	3	3	5	5	5	3	3	3	30
20	3	4	5	3	5	3	4	5	32

Lampiran Tabulasi Data (Y)

No. Responden	(Y)						Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	3	3	3	3	3	18
2	3	5	5	4	4	3	24
3	3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	5	4	25
5	4	5	4	4	4	4	25
6	3	3	3	3	3	3	18
7	3	4	5	5	4	4	25
8	3	4	5	3	5	5	25
9	3	3	3	3	3	3	18
10	3	4	5	4	3	4	23
11	4	5	3	3	5	5	25
12	3	4	5	4	3	4	23
13	5	3	5	4	3	4	24
14	3	3	3	3	3	3	18
15	4	4	4	4	5	4	25
16	3	5	4	4	3	5	24
17	4	3	5	4	3	4	23
18	3	4	5	5	3	4	24
19	5	3	5	5	3	4	25
20	3	4	5	4	3	5	24

Uji Validitas Variabel X₁

Correlations									
	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Total
Item1 Pearson Correlation	1	.723**	.768**	.812**	.631**	1.000**	.723**	1	.719
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Item2 Pearson Correlation	.723**	1	.781**	.749**	.728**	.723**	1.000**	.723**	.791
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Item3 Pearson Correlation	.768**	.781**	1	.915**	.639**	.768**	.781**	.768**	.760
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Item4 Pearson Correlation	.812**	.749**	.915**	1	.602**	.812**	.749**	.812**	.708
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Item5 Pearson Correlation	.631**	.728**	.639**	.602**	1	.631**	.728**	.631**	.750
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.001		.001	.000	.001	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Item6 Pearson Correlation	1.000**	.723**	.768**	.812**	.631**	1	.723**	1.000**	.707
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001		.000	.000	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Item7 Pearson Correlation	.723**	1.000**	.781**	.749**	.728**	.723**	1	.723**	.700
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Item8 Pearson Correlation	1	.723**	.768**	.812**	.631**	1.000**	.723**	1	.785
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Total Pearson Correlation	.719	.791	.760	.708	.750	.707	.700	.785	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.734	8

Uji Validitas Variabel X₂

Correlations

	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item 8	Total
Item1 Pearson Correlation	1	.253	.337	.489**	.296	.173	.261	.498**	.515**
Sig. (2-tailed)		.163	.059	.005	.100	.344	.149	.004	.003
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Item2 Pearson Correlation	.253	1	.263	.200	.347	.141	.056	.283	.420*
Sig. (2-tailed)	.163		.147	.095	.052	.440	.759	.116	.013
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Item3 Pearson Correlation	.337	.263	1	.664**	.475**	.584**	.587**	.672**	.807**
Sig. (2-tailed)	.059	.147		.000	.006	.000	.000	.000	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Item4 Pearson Correlation	.489**	.200	.664**	1	.207	.420*	.205**	.938**	.777**
Sig. (2-tailed)	.005	.095	.000		.087	.011	.001	.000	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Item5 Pearson Correlation	.296	.347	.475**	.207	1	.608**	.268	.418*	.773**
Sig. (2-tailed)	.100	.052	.006	.087		.000	.138	.017	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Item6 Pearson Correlation	.173	.141	.584**	.420*	.608**	1	.336	.501**	.735**
Sig. (2-tailed)	.344	.440	.000	.011	.000		.060	.004	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Item7 Pearson Correlation	.261	.056	.587**	.205**	.268	.336	1	.649**	.614**
Sig. (2-tailed)	.149	.759	.000	.001	.138	.060		.000	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Item8 Pearson Correlation	.498**	.283	.672**	.938**	.418*	.501**	.649**	1	.835**
Sig. (2-tailed)	.004	.116	.000	.000	.017	.004	.000		.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Total Pearson Correlation	.515**	.420*	.807**	.777**	.773**	.735**	.614**	.835**	1
Sig. (2-tailed)	.003	.013	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.770	8

Uji Validitas Variabel Y

Correlations

	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Total
Item1 Pearson Correlation	.528**	1	.362**	.405**	.204**	.526**	.791
Sig. (2-tailed)	.000		.008	.003	.000	.000	.002
N	20	20	20	20	20	20	20
Item2 Pearson Correlation	.287*	.362**	1	.490**	.450**	.371**	.720
Sig. (2-tailed)	.039	.008		.000	.001	.007	.000
N	20	20	20	20	20	20	20
Item3 Pearson Correlation	.206**	.405**	.490**	1	.514**	.420**	.737
Sig. (2-tailed)	.010	.003	.000		.000	.001	.007
N	20	20	20	20	20	20	20
Item4 Pearson Correlation	.200*	.204**	.450**	.514**	1	.178	.715
Sig. (2-tailed)	.011	.000	.001	.000		.007	.007
N	20	20	20	20	20	20	20
Item5 Pearson Correlation	.348*	.526**	.371**	.420**	.178	1	.723
Sig. (2-tailed)	.012	.000	.007	.001	.207		.009
N	20	20	20	20	20	20	20
Item6 Pearson Correlation	.528**	1	.362**	.405**	.204**	.526**	.746
Sig. (2-tailed)	.000		.008	.003	.000	.000	.000
N	20	20	20	20	20	20	20
Total Pearson Correlation	.701*	.720	.737*	.715	.723	.746	1
Sig. (2-tailed)	.010	.003	.000		.000	.001	
N	20	20	20	20	20	20	20

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	9

Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will expire in 3840 days.

```
FREQUENCIES VARIABLES=X11 X12 X13 X14 X15 X16 X17 X18 X21 X22 X23 X24 X25  
X26 X27 X28 Y1 Y2 Y3 Y4  
Y5 Y6  
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frequency Table

X11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	21	15.0	15.0	15.0
	3	59	42.1	42.1	57.1
	4	43	30.7	30.7	87.9
	5	17	12.1	12.1	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	10	7.1	7.1	7.1
	3	38	27.1	27.1	34.3

	4	71	50.7	50.7	85.0
	5	21	15.0	15.0	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	10	7.1	7.1	7.1
	3	27	19.3	19.3	26.4
	4	41	29.3	29.3	55.7
	5	62	44.3	44.3	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	4.3	4.3	4.3
	3	45	32.1	32.1	36.4
	4	71	50.7	50.7	87.1
	5	18	12.9	12.9	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	25	17.9	17.9	17.9
	3	39	27.9	27.9	45.7
	4	34	24.3	24.3	70.0
	5	42	30.0	30.0	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	26	18.6	18.6	18.6
	3	41	29.3	29.3	47.9
	4	49	35.0	35.0	82.9
	5	24	17.1	17.1	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	6.4	6.4	6.4
	3	44	31.4	31.4	37.9
	4	51	36.4	36.4	74.3
	5	36	25.7	25.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	6.4	6.4	6.4
	3	32	22.9	22.9	29.3
	4	47	33.6	33.6	62.9
	5	52	37.1	37.1	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	22	15.7	15.7	15.7
	3	87	62.1	62.1	77.9
	4	27	19.3	19.3	97.1
	5	4	2.9	2.9	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	31	22.1	22.1	22.1
	3	63	45.0	45.0	67.1
	4	40	28.6	28.6	95.7
	5	6	4.3	4.3	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	7.9	7.9	7.9
	3	34	24.3	24.3	32.1
	4	37	26.4	26.4	58.6
	5	58	41.4	41.4	100.0

Total	140	100.0	100.0	
-------	-----	-------	-------	--

X24

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	5.7	5.7	5.7
	3	46	32.9	32.9	38.6
	4	66	47.1	47.1	85.7
	5	20	14.3	14.3	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X25

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	32	22.9	22.9	22.9
	3	44	31.4	31.4	54.3
	4	27	19.3	19.3	73.6
	5	37	26.4	26.4	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X26

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	46	32.9	32.9	32.9
	4	68	48.6	48.6	81.4
	5	26	18.6	18.6	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X27

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	6.4	6.4	6.4
	3	6	4.3	4.3	10.7
	4	51	36.4	36.4	47.1
	5	74	52.9	52.9	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

X28

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	23	16.4	16.4	16.4

	3	36	25.7	25.7	42.1
	4	61	43.6	43.6	85.7
	5	20	14.3	14.3	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	7.9	7.9	7.9
	3	42	30.0	30.0	37.9
	4	65	46.4	46.4	84.3
	5	22	15.7	15.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	17	12.1	12.1	12.1
	3	83	59.3	59.3	71.4
	4	6	4.3	4.3	75.7
	5	34	24.3	24.3	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	7.9	7.9	7.9
	3	42	30.0	30.0	37.9
	4	65	46.4	46.4	84.3
	5	22	15.7	15.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	7.9	7.9	7.9
	3	46	32.9	32.9	40.7
	5	83	59.3	59.3	100.0

Total	140	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	17	12.1	12.1	12.1
	3	83	59.3	59.3	71.4
	4	6	4.3	4.3	75.7
	5	34	24.3	24.3	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	14	10.0	10.0	10.0
	3	41	29.3	29.3	39.3
	4	66	47.1	47.1	86.4
	5	19	13.6	13.6	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Lampiran 2. Rekapitulasi Variabel

Tabulasi Data

Perceived Quality (X1)

Responde n	<i>Pertanyaan</i>								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	4	5	3	5	3	3	3	29
2	3	2	2	3	2	5	5	5	27
3	3	4	5	4	3	4	3	4	30
4	4	5	3	3	5	4	5	4	33
5	3	4	5	4	3	2	2	2	25
6	5	3	5	4	3	5	5	5	35
7	2	3	3	2	3	3	4	5	25
8	4	4	4	4	5	4	5	3	33
9	4	4	4	4	5	3	4	5	33
10	2	3	3	3	2	5	3	5	26
11	4	5	4	4	4	2	3	3	29
12	3	4	5	5	4	4	4	4	33
13	3	4	5	3	5	4	4	4	32
14	3	2	2	3	2	2	3	3	20
15	3	4	5	4	3	4	5	4	32
16	4	4	4	4	5	3	4	5	33
17	2	3	3	3	2	3	4	5	25
18	4	5	4	4	4	3	2	2	28
19	3	4	5	5	4	3	4	5	33
20	5	3	5	5	3	4	4	4	33
21	3	4	5	4	3	2	3	3	27
22	5	3	4	4	4	4	5	4	33
23	4	4	4	4	5	3	4	5	33
24	2	3	3	3	2	5	3	5	26
25	4	5	4	4	4	3	4	5	33
26	3	4	5	5	4	5	3	4	33
27	4	4	4	4	5	4	4	4	33
28	2	3	3	3	2	2	3	3	21
29	4	5	4	4	4	4	5	4	34
30	3	4	5	5	4	3	4	5	33
33	3	4	5	3	5	4	4	4	32
32	5	3	5	4	3	2	3	3	28
33	3	4	5	3	5	3	3	3	29
34	3	2	2	3	2	5	5	5	27
35	3	4	5	4	3	4	3	4	30
36	4	5	3	3	5	4	5	4	33
37	3	4	5	4	3	2	2	2	25
38	5	3	5	4	3	5	5	5	35
39	2	3	3	2	3	3	4	5	25
40	4	4	4	4	5	4	5	3	33
41	4	4	4	4	5	3	4	5	33
42	2	3	3	3	2	5	3	5	26
43	4	5	4	4	4	2	3	3	29
44	3	4	5	5	4	4	4	4	33

45	3	4	5	3	5	4	4	4	32
46	3	2	2	3	2	2	3	3	20
47	3	4	5	4	3	4	5	4	32
48	4	4	4	4	5	3	4	5	33
49	2	3	3	3	2	3	4	5	25
50	4	5	4	4	4	3	2	2	28
51	3	4	5	5	4	3	4	5	33
52	5	3	5	5	3	4	4	4	33
53	3	4	5	4	3	2	3	3	27
54	5	3	4	4	4	4	5	4	33
55	4	4	4	4	5	3	4	5	33
56	2	3	3	3	2	5	3	5	26
57	4	5	4	4	4	3	4	5	33
58	3	4	5	5	4	5	3	4	33
59	4	4	4	4	5	4	4	4	33
60	2	3	3	3	2	2	3	3	21
61	4	5	4	4	4	4	5	4	34
62	3	4	5	5	4	3	4	5	33
63	3	4	5	3	5	4	4	4	32
64	5	3	5	4	3	2	3	3	28
65	3	4	5	3	5	3	3	3	29
66	3	2	2	3	2	5	5	5	27
67	3	4	5	4	3	4	3	4	30
68	4	5	3	3	5	4	5	4	33
69	3	4	5	4	3	2	2	2	25
70	5	3	5	4	3	5	5	5	35
71	2	3	3	2	3	3	4	5	25
72	4	4	4	4	5	4	5	3	33
73	4	4	4	4	5	3	4	5	33
74	2	3	3	3	2	5	3	5	26
75	4	5	4	4	4	2	3	3	29
76	3	4	5	5	4	4	4	4	33
77	3	4	5	3	5	4	4	4	32
78	3	2	2	3	2	2	3	3	20
79	3	4	5	4	3	4	5	4	32
80	4	4	4	4	5	3	4	5	33
81	3	4	5	3	5	3	3	3	29
82	3	2	2	3	2	5	5	5	27
83	3	4	5	4	3	4	3	4	30
84	4	5	3	3	5	4	5	4	33
85	3	4	5	4	3	2	2	2	25
86	5	3	5	4	3	5	5	5	35
87	2	3	3	2	3	3	4	5	25
88	4	4	4	4	5	4	5	3	33
89	4	4	4	4	5	3	4	5	33
90	2	3	3	3	2	5	3	5	26
91	4	5	4	4	4	2	3	3	29
92	3	4	5	5	4	4	4	4	33
93	3	4	5	3	5	4	4	4	32
94	3	2	2	3	2	2	3	3	20

95	3	4	5	4	3	4	5	4	32
96	4	4	4	4	5	3	4	5	33
97	2	3	3	3	2	3	4	5	25
98	4	5	4	4	4	3	2	2	28
99	3	4	5	5	4	3	4	5	33
100	5	3	5	5	3	4	4	4	33
101	3	4	5	4	3	2	3	3	27
102	5	3	4	4	4	4	5	4	33
103	4	4	4	4	5	3	4	5	33
104	2	3	3	3	2	5	3	5	26
105	4	5	4	4	4	3	4	5	33
106	3	4	5	5	4	5	3	4	33
107	4	4	4	4	5	4	4	4	33
108	2	3	3	3	2	2	3	3	21
109	4	5	4	4	4	4	5	4	34
110	3	4	5	5	4	3	4	5	33
111	3	4	5	3	5	4	4	4	32
112	5	3	5	4	3	2	3	3	28
113	3	4	5	3	5	3	3	3	29
114	3	2	2	3	2	5	5	5	27
115	3	4	5	4	3	4	3	4	30
116	4	5	3	3	5	4	5	4	33
117	3	4	5	4	3	2	2	2	25
118	5	3	5	4	3	5	5	5	35
119	2	3	3	2	3	3	4	5	25
120	4	4	4	4	5	4	5	3	33
121	3	4	5	4	3	2	3	3	27
122	5	3	4	4	4	4	5	4	33
123	4	4	4	4	5	3	4	5	33
124	2	3	3	3	2	5	3	5	26
125	4	5	4	4	4	3	4	5	33
126	3	4	5	5	4	5	3	4	33
127	4	4	4	4	5	4	4	4	33
128	2	3	3	3	2	2	3	3	21
129	4	5	4	4	4	4	5	4	34
130	3	4	5	5	4	3	4	5	33
131	3	4	5	3	5	4	4	4	32
132	5	3	5	4	3	2	3	3	28
133	3	4	5	3	5	3	3	3	29
134	3	2	2	3	2	5	5	5	27
135	3	4	5	4	3	4	3	4	30
136	4	5	3	3	5	4	5	4	33
137	3	4	5	4	3	2	2	2	25
138	5	3	5	4	3	5	5	5	35
139	2	3	3	2	3	3	4	5	25
140	4	4	4	4	5	4	5	3	33
Rata-rata	3.4	3.73	4.10	3.72	3.66	3.50	3.81	4.01	3.74
Jumlah	476	523	575	521	513	491	534	562	

Store Atmosphere (X2)

No. Responden	Pernyataan								Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	3	3	3	2	3	4	2	23
2	3	2	5	4	4	3	5	4	30
3	2	3	3	3	2	3	5	3	24
4	4	4	4	4	5	4	4	4	33
5	4	3	4	4	4	4	4	4	31
6	2	3	3	3	2	3	2	2	20
7	3	4	5	5	4	4	5	5	35
8	3	4	5	3	5	5	4	3	32
9	3	2	2	3	2	3	5	3	23
10	3	4	5	4	3	4	5	4	32
11	2	2	3	3	5	5	4	3	27
12	3	4	5	4	3	4	5	4	32
13	3	3	5	4	3	4	5	3	30
14	2	3	3	2	3	3	4	2	22
15	4	4	4	4	5	4	4	4	33
16	3	2	4	4	3	5	5	4	30
17	4	3	5	4	3	4	5	4	32
18	3	4	5	5	3	4	5	5	34
19	5	3	5	5	3	4	5	5	35
20	3	2	5	4	3	5	5	4	31
21	3	3	3	2	3	3	3	2	22
22	3	3	4	4	4	4	4	4	30
23	3	3	5	5	4	4	5	5	34
24	4	5	4	4	5	4	5	4	35
25	3	3	3	3	2	3	3	3	23
26	3	4	4	5	4	5	4	5	34
27	3	2	5	4	5	4	5	4	32
28	4	3	4	4	5	4	5	4	33
29	3	3	2	3	2	3	2	2	20
30	3	5	4	4	5	4	5	4	34
33	3	3	5	3	5	5	4	3	31
32	3	2	2	3	2	3	4	3	22
33	3	3	3	3	2	3	4	2	23
34	3	2	5	4	4	3	5	4	30
35	2	3	3	3	2	3	5	3	24
36	4	4	4	4	5	4	4	4	33
37	4	3	4	4	4	4	4	4	31
38	2	3	3	3	2	3	2	2	20
39	3	4	5	5	4	4	5	5	35
40	3	4	5	3	5	5	4	3	32
41	3	2	2	3	2	3	5	3	23
42	3	4	5	4	3	4	5	4	32
43	2	2	3	3	5	5	4	3	27
44	3	4	5	4	3	4	5	4	32
45	3	3	5	4	3	4	5	3	30
46	2	3	3	2	3	3	4	2	22
47	4	4	4	4	5	4	4	4	33
48	3	2	4	4	3	5	5	4	30
49	4	3	5	4	3	4	5	4	32
50	3	4	5	5	3	4	5	5	34
51	5	3	5	5	3	4	5	5	35

52	3	2	5	4	3	5	5	4	31
53	3	3	3	2	3	3	3	2	22
54	3	3	4	4	4	4	4	4	30
55	3	3	5	5	4	4	5	5	34
56	4	5	4	4	5	4	5	4	35
57	3	3	3	3	2	3	3	3	23
58	3	4	4	5	4	5	4	5	34
59	3	2	5	4	5	4	5	4	32
60	4	3	4	4	5	4	5	4	33
61	3	3	2	3	2	3	2	2	20
62	3	5	4	4	5	4	5	4	34
63	3	3	5	3	5	5	4	3	31
64	3	2	2	3	2	3	4	3	22
65	3	3	3	3	2	3	4	2	23
66	3	2	5	4	4	3	5	4	30
67	2	3	3	3	2	3	5	3	24
68	4	4	4	4	5	4	4	4	33
69	4	3	4	4	4	4	4	4	31
70	2	3	3	3	2	3	2	2	20
71	3	4	5	5	4	4	5	5	35
72	3	4	5	3	5	5	4	3	32
73	3	2	2	3	2	3	5	3	23
74	3	4	5	4	3	4	5	4	32
75	2	2	3	3	5	5	4	3	27
76	3	4	5	4	3	4	5	4	32
77	3	3	5	4	3	4	5	3	30
78	2	3	3	2	3	3	4	2	22
79	4	4	4	4	5	4	4	4	33
80	3	2	4	4	3	5	5	4	30
81	3	3	3	3	2	3	4	2	23
82	3	2	5	4	4	3	5	4	30
83	2	3	3	3	2	3	5	3	24
84	4	4	4	4	5	4	4	4	33
85	4	3	4	4	4	4	4	4	31
86	2	3	3	3	2	3	2	2	20
87	3	4	5	5	4	4	5	5	35
88	3	4	5	3	5	5	4	3	32
89	3	2	2	3	2	3	5	3	23
90	3	4	5	4	3	4	5	4	32
91	2	2	3	3	5	5	4	3	27
92	3	4	5	4	3	4	5	4	32
93	3	3	5	4	3	4	5	3	30
94	2	3	3	2	3	3	4	2	22
95	4	4	4	4	5	4	4	4	33
96	3	2	4	4	3	5	5	4	30
97	4	3	5	4	3	4	5	4	32
98	3	4	5	5	3	4	5	5	34
99	5	3	5	5	3	4	5	5	35
100	3	2	5	4	3	5	5	4	31
101	3	3	3	2	3	3	3	2	22
102	3	3	4	4	4	4	4	4	30
103	3	3	5	5	4	4	5	5	34
104	4	5	4	4	5	4	5	4	35
105	3	3	3	3	2	3	3	3	23
106	3	4	4	5	4	5	4	5	34
107	3	2	5	4	5	4	5	4	32
108	4	3	4	4	5	4	5	4	33
109	3	3	2	3	2	3	2	2	20

110	3	5	4	4	5	4	5	4	34
111	3	3	5	3	5	5	4	3	31
112	3	2	2	3	2	3	4	3	22
113	3	3	3	3	2	3	4	2	23
114	3	2	5	4	4	3	5	4	30
115	2	3	3	3	2	3	5	3	24
116	4	4	4	4	5	4	4	4	33
117	4	3	4	4	4	4	4	4	31
118	2	3	3	3	2	3	2	2	20
119	3	4	5	5	4	4	5	5	35
120	3	4	5	3	5	5	4	3	32
121	3	3	3	3	2	3	4	2	23
122	3	2	5	4	4	3	5	4	30
123	2	3	3	3	2	3	5	3	24
124	4	4	4	4	5	4	4	4	33
125	4	3	4	4	4	4	4	4	31
126	2	3	3	3	2	3	2	2	20
127	3	4	5	5	4	4	5	5	35
128	3	4	5	3	5	5	4	3	32
129	3	2	2	3	2	3	5	3	23
130	3	4	5	4	3	4	5	4	32
131	2	2	3	3	5	5	4	3	27
132	3	4	5	4	3	4	5	4	32
133	3	3	5	4	3	4	5	3	30
134	2	3	3	2	3	3	4	2	22
135	4	4	4	4	5	4	4	4	33
136	3	2	4	4	3	5	5	4	30
137	4	3	5	4	3	4	5	4	32
138	3	4	5	5	3	4	5	5	34
139	5	3	5	5	3	4	5	5	35
140	3	2	5	4	3	5	5	4	31
Rata-rata	3.09	3.15	4.01	3.7	3.49	3.85	4.35	3.5	3.65
Jumlah	433	441	562	518	489	540	610	498	

Keputusan pembelian (Y)

Responden	Pertanyaan						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	3	5	4	27
2	4	3	4	5	3	3	22
3	3	3	3	5	3	3	20
4	3	3	3	3	3	4	19
5	4	3	4	5	3	4	23
6	3	2	3	3	2	2	15
7	4	4	4	5	4	5	26
8	4	5	4	5	5	4	27
9	2	2	2	2	2	3	13
10	4	3	4	5	3	3	22
11	5	5	5	3	5	4	27
12	4	3	4	5	3	3	22
13	3	3	3	5	3	4	21
14	3	3	3	3	3	4	19
15	4	3	4	5	3	2	21
16	5	5	5	3	5	4	27
17	4	3	4	5	3	5	24
18	3	3	3	5	3	4	21
19	3	3	3	3	3	3	18
20	4	3	4	5	3	3	22
21	5	5	5	3	5	4	27
22	4	3	4	5	3	5	24
23	4	5	4	5	5	4	27
24	2	2	2	2	2	3	13
25	4	3	4	5	3	3	22
26	5	5	5	3	5	4	27
27	4	3	4	5	3	5	24
28	3	3	3	5	3	4	21
29	3	3	3	3	3	4	19
30	4	3	4	5	3	2	21
33	4	5	4	5	5	4	27
32	2	2	2	2	2	5	15
33	5	5	5	3	5	4	27
34	4	3	4	5	3	3	22
35	3	3	3	5	3	3	20
36	3	3	3	3	3	4	19
37	4	3	4	5	3	4	23
38	3	2	3	3	2	2	15
39	4	4	4	5	4	5	26
40	4	5	4	5	5	4	27
41	2	2	2	2	2	3	13
42	4	3	4	5	3	3	22
43	5	5	5	3	5	4	27
44	4	3	4	5	3	3	22
45	3	3	3	5	3	4	21
46	3	3	3	3	3	4	19
47	4	3	4	5	3	2	21
48	5	5	5	3	5	4	27
49	4	3	4	5	3	5	24
50	3	3	3	5	3	4	21
51	3	3	3	3	3	3	18

52	4	3	4	5	3	3	22
53	5	5	5	3	5	4	27
54	4	3	4	5	3	5	24
55	4	5	4	5	5	4	27
56	2	2	2	2	2	3	13
57	4	3	4	5	3	3	22
58	5	5	5	3	5	4	27
59	4	3	4	5	3	5	24
60	3	3	3	5	3	4	21
61	3	3	3	3	3	4	19
62	4	3	4	5	3	2	21
63	4	5	4	5	5	4	27
64	2	2	2	2	2	5	15
65	5	5	5	3	5	4	27
66	4	3	4	5	3	3	22
67	3	3	3	5	3	3	20
68	3	3	3	3	3	4	19
69	4	3	4	5	3	4	23
70	3	2	3	3	2	2	15
71	4	4	4	5	4	5	26
72	4	5	4	5	5	4	27
73	2	2	2	2	2	3	13
74	4	3	4	5	3	3	22
75	5	5	5	3	5	4	27
76	4	3	4	5	3	3	22
77	3	3	3	5	3	4	21
78	3	3	3	3	3	4	19
79	4	3	4	5	3	2	21
80	5	5	5	3	5	4	27
81	5	5	5	3	5	4	27
82	4	3	4	5	3	3	22
83	3	3	3	5	3	3	20
84	3	3	3	3	3	4	19
85	4	3	4	5	3	4	23
86	3	2	3	3	2	2	15
87	4	4	4	5	4	5	26
88	4	5	4	5	5	4	27
89	2	2	2	2	2	3	13
90	4	3	4	5	3	3	22
91	5	5	5	3	5	4	27
92	4	3	4	5	3	3	22
93	3	3	3	5	3	4	21
94	3	3	3	3	3	4	19
95	4	3	4	5	3	2	21
96	5	5	5	3	5	4	27
97	4	3	4	5	3	5	24
98	3	3	3	5	3	4	21
99	3	3	3	3	3	3	18
100	4	3	4	5	3	3	22
101	5	5	5	3	5	4	27
102	4	3	4	5	3	5	24
103	4	5	4	5	5	4	27
104	2	2	2	2	2	3	13
105	4	3	4	5	3	3	22
106	5	5	5	3	5	4	27
107	4	3	4	5	3	5	24
108	3	3	3	5	3	4	21
109	3	3	3	3	3	4	19

110	4	3	4	5	3	2	21
111	4	5	4	5	5	4	27
112	2	2	2	2	2	5	15
113	5	5	5	3	5	4	27
114	4	3	4	5	3	3	22
115	3	3	3	5	3	3	20
116	3	3	3	3	3	4	19
117	4	3	4	5	3	4	23
118	3	2	3	3	2	2	15
119	4	4	4	5	4	5	26
120	4	5	4	5	5	4	27
121	5	5	5	3	5	4	27
122	4	3	4	5	3	3	22
123	3	3	3	5	3	3	20
124	3	3	3	3	3	4	19
125	4	3	4	5	3	4	23
126	3	2	3	3	2	2	15
127	4	4	4	5	4	5	26
128	4	5	4	5	5	4	27
129	2	2	2	2	2	3	13
130	4	3	4	5	3	3	22
131	5	5	5	3	5	4	27
132	4	3	4	5	3	3	22
133	3	3	3	5	3	4	21
134	3	3	3	3	3	4	19
135	4	3	4	5	3	2	21
136	5	5	5	3	5	4	27
137	4	3	4	5	3	5	24
138	3	3	3	5	3	4	21
139	3	3	3	3	3	3	18
140	4	3	4	5	3	3	22
Rata-rata	3.7	3.40	3.7	4.10	3.40	3.64	3.66
Jumlah	518	477	518	575	477	510	

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED) .
```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 ^a	.788	.780	3.925

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	204.225	2	102.113	16.628	.002 ^b
	Residual	2110.596	137	15.406		
	Total	2314.821	139			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.072	3.383		4.751	.000		
	X1	.444	.086	.642	3.513	.001	.996	1.004
	X2	.647	.069	.291	3.566	.000	.996	1.004
a. Dependent Variable: Y								

Coefficient Correlations ^a				
Model			X2	X1
1	Correlations	X2	1.000	.062
		X1	.062	1.000
	Covariances	X2	.005	.000
		X1	.000	.007
a. Dependent Variable: Y				

Collinearity Diagnostics ^a						
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	X1	X2
1	1	2.971	1.000	.00	.00	.00
	2	.023	11.321	.01	.28	.67
	3	.006	21.779	.99	.72	.33
a. Dependent Variable: Y						

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	19.47	23.61	21.96	1.212	140
Std. Predicted Value	-2.060	1.356	.000	1.000	140
Standard Error of Predicted Value	.345	1.069	.555	.148	140
Adjusted Predicted Value	19.53	23.82	21.98	1.204	140
Residual	-10.564	6.687	.000	3.897	140
Std. Residual	-2.692	1.704	.000	.993	140
Stud. Residual	-2.724	1.729	-.002	1.004	140
Deleted Residual	-10.824	6.884	-.013	3.985	140
Stud. Deleted Residual	-2.791	1.741	-.003	1.011	140

Mahal. Distance	.083	9.316	1.986	1.804	140
Cook's Distance	.000	.061	.008	.011	140
Centered Leverage Value	.001	.067	.014	.013	140
a. Dependent Variable: Y					

Charts



