

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Khairul dan Mukran Roni. 2017. Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Beat (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Motor Matic Honda Beat Mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang). ISBN : 978-602-74335-3-3.
- Algifari, 2010. Analisis Regresi, Teori, Kasus dan Solusi, Edisi Kedua. Yogyakarta; Penerbit BPFE UGM.
- Aprillio, Rio dan Astri Wulandari. 2018. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Favehotel Hyper Square Bandung Tahun 2018). ISSN : 2442-5826, Vol 4, No 3.
- Arikunto, Suharsimi, 2010, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi 2010, Rineka Cipta, Jakarta.
- Fernanda, Muhamad. 2015. Pengaruh Merek dan Desain Kemasan Deodorant Rexona Terhadap Keputusan Pembelian di Air Tawar Barat Kota Padang, Universitas Negeri Padang.
- Gana, Ardha. 2017. Pengaruh Desain, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Air Mineral Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

..... 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ginting Vera, Irianto Heru, dan Utami Bekti, Pengaruh Gaya Hidup, Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Ngopi Serious di Surakarta. ISSN : 2302-1713, Volume 5, No 1.

Goldsmith, R. (2008). *Electronic Word-of-Mouth: E-commerce*. Florida: Idea Group Reference Global.

Hanif, Inne. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum Pada Mahasiswa UN PGRI KEDIRI (Studi Pada Mahasiswa Manajemen UN PGRI KEDIRI). ISSN : 2599-0748, Vol. 02, No. 03.

Jalilvand, M. R. dan Samiei, N. (2012), "The Effect of Electronic Word of Mouth On Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile industry an Iran", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol.30. Iss4 pp. 460-467.

Kaihatu, Thomas S. 2014. Manajemen Pengemasan. CV ANDI OFFSET. Yogyakarta.

- Klimchuk , Marianne dan Sandra A. Krasovec, 2007. *Desain Kemasan.*, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip dan Amstrong. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan, Cetakan Kedua, PT. Indeks. Jakarta.
- 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
-(2012). *marketing manajemen 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Rachman, Mohammad Munir, 2017. *Aplikasi Komputer Statistik*. Adi Buana University Press. Surabaya. ISBN: 978-602-5793-23-3.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Shimp, Terence. (2013). *Advertising Proportion and Other Aspect of Integrated Marketing Communication*. Canada: Cengage Learning.

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif ,Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif* . Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran, Yogyakarta : CAPS*.
- Thurau-Hennig, Gwinner, K.P.,Walsh, G., dan Gremier, D,D. 2004. "Electronic Word-Of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motives Consumers to Articulate Themselves On The Intenet?". *Journal Of Interactive Marketing*. Vol.18, No.1.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Andi :Yogyakarta.
- 2012. *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*, Andi, Jakarta.
- Utami, Dian dan Saputri, Marheni. 2016. Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Cafe Roti Gempol dan Kopi Anjis Bandung. ISSN : 2355-9357, Volume 3, No 2.
- Wijaya, Tommi dan Paramita, Eristia. 2014. Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. ISBN : 978-602-70429-1-9, Hal 12-19.

Putra, Yannuar. 2018. Pengaruh Word of Mouth (WOM), Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Zulfaini, Mochamad. 2018. Pengaruh Packaging Design, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Produk YOU C 1000 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2014 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Lampiran 1

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

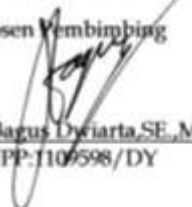
1. Nama Mahasiswa : Imelda Amanta Tira
2. NIM : 161500229
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Pengajuan Skripsi : 30 September 2019
5. Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Desain Kemasan, dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di City Of Tomorrow Mall Surabaya.
6. Dosen Pembimbing : I Made Bagus Dwiarta., SE., M.M
7. Konsultasi : 30 September 2019- 30 Maret 2020

No	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/Kegiatan	Keterangan
1.	30 September 2019		Pengajuan Judul	ACC
2.	3 Oktober 2019		Bab I	Revisi
3.	7 Oktober 2019		Bab I	Revisi
4.	14 Oktober 2019		Bab I	ACC
5.	17 Oktober 2019		Bab II	Revisi
6.	28 Oktober 2019		Bab II	Revisi
7.	29 Oktober 2019		Bab II	ACC
8.	31 Oktober 2019		Bab III	Revisi
9.	18 November 2019		Bab III	Revisi
10.	01 Desember 2019		Bab III	ACC
11.	18 Desember 2019		Sidang Proposal	
12.	16 Januari 2020		Revisi Sidang Proposal	ACC
13.	17 Maret 2020		Angket	Revisi
14.	09 April 2020		Angket	ACC
15.	27 April 2020		Bab IV	Revisi
16.	30 April 2020		Bab IV	Revisi
17.	03 Mei 2020		Bab IV	ACC
18.	12 Mei 2020		Bab V	ACC
19.	18 Mei 2020		Artikel	ACC

8. Tanggal Selesai Menulis Skripsi : 20 Mei 2020

Surabaya, 08 Juni 2020

Dosen Pembimbing

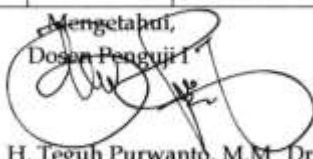

I Made Bagus Dwiarta, SE., M.M
NPP: 1100598/DY

Lampiran 2

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Imelda Amanta Tira
NIM : 161500229
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Desain Kemasan, dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di City of Tomorrow Mall Surabaya
Tanggal Ujian Skripsi : 10 Juni 2020
Dosen Penguji : 1. Drs. H. Teguh Purwanto, M.M.
2. Dr. Moh. Afrizal Miradji, S.E., Ak., MSA., CA.

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
			Penguji I	Penguji II
1	12 Juni 2020	Latar Belakang		
2	12 Juni 2020	Rumusan Masalah		
3	12 Juni 2020	Penambahan teori variabel		
4	12 Juni 2020	Kerangka Konseptual		
5	12 Juni 2020	Populasi		
6	12 Juni 2020	Penulisan uji f bab iii		
7	12 Juni 2020	Simpulan		

Mengetahui,
Dosen Penguji I


Dosen Penguji II


Drs. H. Teguh Purwanto, M.M. - Dr. Moh. Afrizal M., S.E., Ak., M.SA., CA.
NIP : 196012221990031001 NPP : 1509745/DY

Lampiran 3



KOPI JANJI JIWA

City of Tomorrow Mall, Lt 1 Blok FS39/02-03
A. Yani 288, Dukuh Menanggal, Kec. Gayungan
Kota. Surabaya
Telp. 082335038296

Hal : Balasan

Kepada Yth :
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen
Di Tempat.

Dengan Hormat,

Selubung dengan adanya surat dari instansi Bapak/Ibu 191171/01/FE/XI/2019 Tanggal 13 November 2019. Perihal: Ijin Penelitian, maka dengan ini kami sampaikan tidak keberatan untuk memberikan ijin kepada mahasiswa :

Nama : Imelda Amanta Tira
NIM : 161500229
Jurusan : Manajemen
Universitas : PGRI Adi Buana Surabaya

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di Kopi Janji Jiwa City of Tomorrow Mall Surabaya dengan permasalahan dan judul :

“Pengaruh Kualitas Produk, Desain Kemasan, dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di City of Tomorrow Mall Surabaya”

Demikian pemberitahuan ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Surabaya, 18 November 2019

Perwakilan Kopi Janji Jiwa
City of Tomorrow Mall

Lily Tanto

Lampiran 4



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.ig.unpabry.ac.id>

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini Rabu tanggal 18 bulan Desember tahun 2019 bertempat di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap *) Tahun Akademik 2019/2020

Nama Mahasiswa	: Imelda Amanta Tira
NIM	: 161500229
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh Kualitas Produk, Desain Kemasan, dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di City of Tomorrow Mall Surabaya

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	161500260	Geprian Anggi Dyananti	
2	161500225	Novi Izzatul Jannah	
3	161500117	Ayu Rozalia A	
4	161500196	Nining Putri Hikmah	
5	161500653	Muji Astutik	
6	161500219	Ismo Arelia	
7	161500193	Sinta Emelda Sukardana	
8	161500221	Dari Anna Anisandri	
9	161500222	Nindhasari	
10	161500249	Rodina R R	
11	161500109	Suci Susanti	
12	161500172	Melch. Amun Dardis	
13	161500224	ARIF Frianteru	
14	161500289	Inggat Citra P	
15	161000265	Aky Permama P	

Surabaya, 18 Desember 2019

Penguji : Des. Sabakir. MM.

Pembimbing : In. Madh. Bayu P.

Lampiran 5

KUISIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Terimakasih atas kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi dan menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuisisioner ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun laporan penelitian dengan judul : “Pengaruh Kualitas Produk, Desain Kemasan, dan E-WOM terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di City of Tomorrow Mall Surabaya”.

Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan dijenjang S1. Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini.

Penelitian ini hanya ditunjukkan untuk responden yang memutuskan pembelian kopi janji jiwa di City of Tomorrow. Atas kesediaan waktu saudara/i, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Imelda Amanta Tira

a) Bagian I : Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan

b) Bagian II : Petunjuk Pengisian

1. Baca setiap pernyataan dengan teliti
2. Jawab semua pernyataan yang tersedia dengan jujur
3. Berilah tanda check list (\surd) terhadap jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.
4. Setelah selesai mohon periksa kembali jawaban anda.

Penilaian dapat dilakukan berdasarkan skala sebagai berikut:

NO	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-Ragu (RR)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Kualitas Produk (X1)						
Bentuk						
1.	Bentuk kemasan kopi janji jiwa menarik sehingga saya tertarik untuk membeli					
2.	Bentuk kemasan kopi janji jiwa mudah dibawa kemana-mana					
Fitur						
3.	Tampilan produk kopi janji jiwa berbeda dari produk yang lainnya					
4.	Tampilan produk kopi janji jiwa bisa menimbulkan rasa ingin membeli					
Kualitas Kinerja						
5.	Produk kopi janji jiwa mempunyai kualitas membantu menghilangkan rasa kantuk					
6.	Menurut saya produk kopi janji jiwa bisa meningkatkan mood					
Kesan Kualitas						
7.	Setelah mengkonsumsi produk kopi janji jiwa kesannya ingin mengkonsumsi kembali					
8.	Setelah mengkonsumsi produk kopi janji jiwa kesannya hanya sesuai kebutuhan					
Ketahanan						
9.	Produk kopi janji jiwa memiliki batas kadaluwarsa					
10	Produk kopi janji jiwa memiliki					

.	ketahanan rasa yang kuat apabila diletakkan dalam suhu dingin					
Keandalan						
11.	Produk kopi janji jiwa memiliki variasi menu yang lebih banyak daripada kompetitor					
12.	Rasa kopi dari kopi janji jiwa memiliki rasa yang kuat					
Kemudahan Perbaikan						
13.	Perbandingan kopi dan susu dari produk kopi janji jiwa lebih dominan susu					
14.	Rasa dari kopi janji jiwa terasa kurang rasanya					
Gaya						
15.	Kopi janji jiwa cocok diminum pada saat santai					
16.	Kopi janji jiwa cocok diminum pada saat merasa kantuk					
Desain						
17.	Desain produk kopi janji jiwa unik					
18.	Desain produk yang unik menjadi ciri khas produk kopi janji jiwa					
Desain Kemasan (X2)						
Bentuk						
19.	Bentuk kemasan kopi janji jiwa menarik					
20.	Bentuk kemasan kopi janji jiwa mudah dipegang					
Ukuran						

21	Isi takaran produk kopi janji jiwa cukup banyak					
22	Ukuran kemasan kopi janji jiwa sesuai dengan kebutuhan konsumen					
Material						
23	Material kemasan produk kopi janji jiwa memiliki kualitas bahan yang kuat					
24	Material kemasan kopi janji jiwa aman digunakan					
E-WOM (X3)						
Membaca Produk Review						
25	Sebelum membeli kopi janji jiwa saya membaca tentang menu apa saja yang ditawarkan					
26	Sebelum membeli kopi janji jiwa saya membaca review produk					
Konsultasi Dengan Konsumen Lain						
27	Saya selalu meminta pendapat orang lain sebelum membeli produk kopi janji jiwa					
28	Setelah meminta pendapat dari orang lain, saya merasa yakin untuk membeli produk kopi janji jiwa					
Mengumpulkan Informasi dari Produk Review						
29	Saya memperoleh informasi mengenai produk kopi janji jiwa melalui media sosial					
30	Saya percaya terhadap informasi yang ada di internet mengenai kopi janji jiwa					
Kekhawatiran Jika Tidak Membaca Produk Review						
31	Saya merasa ragu jika membeli kopi janji jiwa tanpa membaca review terlebih					

	dahulu					
32	Saya khawatir jika langsung membeli kopi janji jiwa					
Percaya Diri Untuk Membeli Produk Setelah Review						
33	Review dari pembeli menambah kepercayaan saya terhadap produk kopi janji jiwa					
34	Saya lebih yakin membeli produk kopi janji jiwa setelah membaca review dari pembeli sebelumnya					
Keputusan Pembelian(Y)						
Faktor Pribadi						
35	Kopi Janji Jiwa merupakan minuman yang menjadi keinginan saya					
36	Kopi Janji Jiwa merupakan minuman yang sesuai dengan kesukaan					
Faktor Psikologis						
37	Kopi janji jiwa mampu menciptakan daya tarik dalam berbagai kelebihannya					
38	Kopi janji jiwa memiliki kesan baik tersendiri sebagai minuman yang mudah didapatkan					
Faktor Sosial						
39	Saya mendapatkan informasi produk kopi janji jiwa dari masyarakat dan orang-orang sekitar					
40	Orang-orang disekitar merekomendasikan saya untuk membeli produk kopi janji jiwa					

25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	77
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	68
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	61
29	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	67
30	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	71
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
32	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	5	5	5	4	4	5	3	4	57	
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	78	
34	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	69	
35	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67	
36	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	66	
37	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	5	5	69	
38	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	70	
39	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	77	
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	5	71	
41	5	5	5	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	79	
42	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	78	
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	56	
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	56	
45	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69	
46	3	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	78	
47	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	67	
48	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	77	
49	4	3	3	4	3	4	5	5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	70	
50	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	73	
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	83	
52	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75	
53	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	79	
54	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	83	
55	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	69	
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	82	

87	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	67
88	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	69
89	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
91	5	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	82
92	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	84
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
95	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3	4	3	64
96	3	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	71
97	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	73
98	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	78
99	4	3	3	4	3	4	5	5	4	5	4	3	3	4	3	4	3	4	68
100	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
101	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	70
102	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	57
103	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
105	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	82
106	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	62
107	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	70
108	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	67
109	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	69
110	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
112	5	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	82
113	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	84
114	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
116	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3	4	3	64
117	3	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	71
118	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	73

119	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	78
120	4	3	3	4	3	4	5	5	4	5	4	3	3	4	3	4	3	4	68

NO RESPONDEN	DESAIN KEMASAN (X2)						TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	5	5	5	5	5	2	27
2	4	5	5	4	5	5	28
3	4	4	4	4	4	5	25
4	5	5	5	5	4	5	29
5	4	4	4	4	5	5	26
6	3	3	3	3	3	3	18
7	3	3	3	3	3	3	18
8	5	4	5	5	5	5	29
9	4	4	4	4	5	5	26
10	5	5	5	5	5	5	30
11	4	4	4	4	5	5	26
12	5	5	4	5	5	5	29
13	4	3	4	5	4	5	25
14	4	3	4	4	5	5	25
15	4	4	3	5	4	4	24
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	5	5	4	4	26
18	2	2	2	2	2	5	15
19	4	4	4	4	5	5	26
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	4	5	5	5	5	29
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	5	4	4	4	25
25	3	4	3	4	4	4	22
26	3	4	4	3	4	4	22
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	3	4	5	5	25
29	3	4	4	4	3	3	21
30	4	5	4	5	3	3	24
31	4	4	3	4	4	4	23
32	5	5	5	5	5	5	30
33	4	5	5	4	4	4	26
34	4	5	4	4	4	4	25
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	5	5	5	5	30
37	4	4	4	4	4	4	24

38	4	4	4	3	4	4	23
39	4	5	5	5	5	4	28
40	4	4	4	4	4	4	24
41	5	5	5	5	4	4	28
42	4	4	4	4	4	4	24
43	3	3	3	3	3	3	18
44	5	5	5	5	5	5	30
45	3	4	4	4	4	3	22
46	4	4	4	4	3	4	23
47	5	5	5	5	4	4	28
48	3	3	3	3	4	5	21
49	3	3	3	3	3	3	18
50	3	3	4	4	4	4	22
51	4	4	5	5	5	4	27
52	4	5	5	4	5	5	28
53	4	4	4	4	4	5	25
54	5	5	5	5	4	5	29
55	4	4	4	4	5	5	26
56	3	3	3	3	3	3	18
57	3	3	3	3	3	3	18
58	5	4	5	5	5	5	29
59	4	4	4	4	5	5	26
60	5	5	5	5	5	5	30
61	4	4	4	4	5	5	26
62	5	5	4	5	5	5	29
63	4	3	4	5	4	5	25
64	4	3	4	4	5	5	25
65	4	4	3	5	4	4	24
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	5	5	4	4	26
68	3	2	2	2	3	3	15
69	4	4	4	4	5	5	26
70	5	5	5	5	5	5	30
71	5	4	5	5	5	5	29
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	5	4	4	4	25
75	3	4	3	4	4	4	22
76	3	4	4	3	4	4	22

77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	3	4	5	5	25
79	3	3	4	4	4	3	21
80	4	5	4	5	3	3	24
81	4	4	5	4	3	3	23
82	5	5	5	5	5	5	30
83	4	5	5	4	4	4	26
84	4	5	4	4	4	4	25
85	5	5	5	5	5	5	30
86	5	5	5	5	5	5	30
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	4	3	4	4	23
89	5	5	5	5	4	4	28
90	4	4	4	4	4	4	24
91	5	5	5	5	4	4	28
92	4	4	4	4	4	4	24
93	3	3	3	3	3	3	18
94	5	5	5	5	5	5	30
95	4	4	4	4	3	3	22
96	4	4	4	4	3	4	23
97	5	5	5	5	4	4	28
98	3	3	3	3	4	5	21
99	3	3	3	3	3	3	18
100	3	3	4	4	4	4	22
101	4	4	5	4	3	3	23
102	5	5	5	5	5	5	30
103	4	5	5	4	4	4	26
104	4	5	4	4	4	4	25
105	5	5	5	5	5	5	30
106	5	5	5	5	5	5	30
107	4	4	4	4	4	4	24
108	4	4	4	3	4	4	23
109	5	5	5	5	4	4	28
110	4	4	4	4	4	4	24
111	5	5	5	5	4	4	28
112	4	4	4	4	4	4	24
113	3	3	3	3	3	3	18
114	5	5	5	5	5	5	30
115	4	4	4	4	3	3	22

116	4	4	4	4	3	4	23
117	5	5	5	5	4	4	28
118	3	3	3	3	4	5	21
119	3	3	3	3	3	3	18
120	3	4	4	4	4	3	22

NO RESPO NDEN	E-WOM (X3)										TOTAL X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	46
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
6	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
7	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
13	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	39
14	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	43
15	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	41
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
22	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	40
23	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4	33
24	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	36
25	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
26	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
27	4	3	3	3	3	5	5	5	5	4	40
28	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
29	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
30	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	36
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	43
33	4	2	4	4	4	2	2	2	2	2	28
34	3	3	4	4	4	2	2	2	2	2	28
35	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45

80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
83	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	36
84	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	36
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
86	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	46
87	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
89	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
90	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	36
93	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
94	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
96	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	34
97	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
99	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	34
100	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	36
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
103	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	36
104	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	36
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
106	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	46
107	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
109	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
110	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
112	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	36
113	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
114	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
116	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	34
117	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
119	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	34
120	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	36

NO RESPONDEN	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						TOTAL Y
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	2	2	2	2	2	2	12
2	4	5	5	4	5	5	28
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	5	5	4	29
5	4	4	4	4	5	4	25
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	4	29
8	5	4	5	5	5	4	28
9	4	4	4	4	4	4	24
10	5	5	5	5	5	4	29
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	4	5	5	4	28
13	4	3	4	5	4	4	24
14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	3	5	4	4	24
16	4	4	4	4	4	4	24
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	5	5	5	5	30
19	3	3	3	3	3	3	18
20	5	5	5	5	4	4	28
21	5	4	5	5	4	3	26
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	3	4	23
24	4	4	5	4	5	4	26
25	3	4	3	4	3	4	21
26	3	4	4	3	4	3	21
27	4	4	4	4	4	4	24
28	3	3	3	3	3	3	18
29	3	4	4	4	4	3	22
30	4	5	4	5	5	4	27
31	4	4	5	4	4	5	26
32	5	5	5	5	5	4	29
33	4	5	5	4	4	5	27
34	4	5	4	4	4	4	25
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	5	5	5	5	30
37	4	4	4	4	4	4	24

38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	5	5	5	4	29
40	4	4	4	4	4	5	25
41	5	5	5	5	5	5	30
42	4	4	4	4	4	4	24
43	3	3	3	3	3	3	18
44	3	3	3	3	3	3	18
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	5	5	5	5	5	5	30
48	3	3	3	3	3	3	18
49	3	3	3	3	3	3	18
50	3	3	4	4	4	3	21
51	5	5	5	5	5	5	30
52	4	5	5	4	5	5	28
53	4	4	4	4	4	4	24
54	5	5	5	5	5	4	29
55	4	4	4	4	5	4	25
56	5	5	5	5	5	5	30
57	5	5	5	5	5	4	29
58	5	4	5	5	5	4	28
59	4	4	4	4	4	4	24
60	5	5	5	5	5	4	29
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	5	4	5	5	4	28
63	4	3	4	5	4	4	24
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	4	3	5	4	4	24
66	4	4	4	4	4	4	24
67	5	5	5	5	5	5	30
68	5	5	5	5	5	5	30
69	3	3	3	3	3	3	18
70	5	5	5	5	4	4	28
71	5	4	5	5	4	3	26
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	4	4	3	4	23
74	4	4	5	4	5	4	26
75	3	4	3	4	3	4	21
76	3	4	4	3	4	3	21

77	4	4	4	4	4	4	24
78	3	3	3	3	3	3	18
79	3	4	4	4	4	3	22
80	4	5	4	5	5	4	27
81	4	4	5	4	4	5	26
82	5	5	5	5	5	4	29
83	4	5	5	4	4	5	27
84	4	5	4	4	4	4	25
85	5	5	5	5	5	5	30
86	5	5	5	5	5	5	30
87	4	4	4	4	4	4	24
88	5	5	5	5	5	5	30
89	5	5	5	5	5	4	29
90	4	4	4	4	4	5	25
91	5	5	5	5	5	5	30
92	4	4	4	4	4	4	24
93	3	3	3	3	3	3	18
94	3	3	3	3	3	3	18
95	4	4	4	4	4	4	24
96	4	4	4	4	4	4	24
97	5	5	5	5	5	5	30
98	3	3	3	3	3	3	18
99	3	3	3	3	3	3	18
100	3	3	4	4	4	3	21
101	4	4	5	4	4	5	26
102	5	5	5	5	5	4	29
103	4	5	5	4	4	5	27
104	4	5	4	4	4	4	25
105	5	5	5	5	5	5	30
106	5	5	5	5	5	5	30
107	4	4	4	4	4	4	24
108	5	5	5	5	5	5	30
109	5	5	5	5	5	4	29
110	4	4	4	4	4	5	25
111	5	5	5	5	5	5	30
112	4	4	4	4	4	4	24
113	3	3	3	3	3	3	18
114	3	3	3	3	3	3	18
115	4	4	4	4	4	4	24

116	4	4	4	4	4	4	24
117	5	5	5	5	5	5	30
118	3	3	3	3	3	3	18
119	3	3	3	3	3	3	18
120	3	3	4	4	4	3	21

Lampiran 7

HASIL PENGUJIAN DATA PENELITIAN
VARIABEL KUALITAS PRODUK

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Ragu-Ragu	18	15.0	15.0	17.5
	Setuju	66	55.0	55.0	72.5
	Sangat Setuju	33	27.5	27.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Ragu-Ragu	24	20.0	20.0	22.5
	Setuju	62	51.7	51.7	74.2
	Sangat Setuju	31	25.8	25.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Ragu-Ragu	18	15.0	15.0	17.5
	Setuju	68	56.7	56.7	74.2
	Sangat Setuju	31	25.8	25.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Ragu-Ragu	21	17.5	17.5	20.0
	Setuju	71	59.2	59.2	79.2
	Sangat Setuju	25	20.8	20.8	100.0

Total	120	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	4.2	4.2	4.2
	Ragu-Ragu	30	25.0	25.0	29.2
	Setuju	62	51.7	51.7	80.8
	Sangat Setuju	23	19.2	19.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Ragu-Ragu	24	20.0	20.0	22.5
	Setuju	58	48.3	48.3	70.8
	Sangat Setuju	35	29.2	29.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Ragu-Ragu	15	12.5	12.5	15.0
	Setuju	61	50.8	50.8	65.8
	Sangat Setuju	41	34.2	34.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Ragu-Ragu	19	15.8	15.8	18.3
	Setuju	61	50.8	50.8	69.2
	Sangat Setuju	37	30.8	30.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Ragu-Ragu	24	20.0	20.0	23.3
	Setuju	54	45.0	45.0	68.3
	Sangat Setuju	38	31.7	31.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Ragu-Ragu	27	22.5	22.5	25.0
	Setuju	63	52.5	52.5	77.5
	Sangat Setuju	27	22.5	22.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Ragu-Ragu	22	18.3	18.3	21.7
	Setuju	72	60.0	60.0	81.7
	Sangat Setuju	22	18.3	18.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Ragu-Ragu	29	24.2	24.2	27.5
	Setuju	65	54.2	54.2	81.7
	Sangat Setuju	22	18.3	18.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Ragu-Ragu	21	17.5	17.5	20.8
	Setuju	73	60.8	60.8	81.7
	Sangat Setuju	22	18.3	18.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Ragu-Ragu	24	20.0	20.0	23.3
	Setuju	77	64.2	64.2	87.5
	Sangat Setuju	15	12.5	12.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.0	5.0	5.0
	Ragu-Ragu	35	29.2	29.2	34.2
	Setuju	65	54.2	54.2	88.3
	Sangat Setuju	14	11.7	11.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Ragu-Ragu	30	25.0	25.0	28.3
	Setuju	63	52.5	52.5	80.8
	Sangat Setuju	23	19.2	19.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Ragu-Ragu	19	15.8	15.8	18.3
	Setuju	63	52.5	52.5	70.8
	Sangat Setuju	35	29.2	29.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1.18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Ragu-Ragu	18	15.0	15.0	17.5
	Setuju	69	57.5	57.5	75.0
	Sangat Setuju	30	25.0	25.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

VARIABEL DESAIN KEMASAN**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Ragu-Ragu	24	20.0	20.0	20.8
	Setuju	62	51.7	51.7	72.5
	Sangat Setuju	33	27.5	27.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Ragu-Ragu	20	16.7	16.7	18.3
	Setuju	58	48.3	48.3	66.7
	Sangat Setuju	40	33.3	33.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Ragu-Ragu	20	16.7	16.7	18.3
	Setuju	54	45.0	45.0	63.3
	Sangat Setuju	44	36.7	36.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Ragu-Ragu	18	15.0	15.0	16.7
	Setuju	57	47.5	47.5	64.2
	Sangat Setuju	43	35.8	35.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	.8	.8	.8
	Ragu-Ragu	21	17.5	17.5	18.3
	Setuju	59	49.2	49.2	67.5
	Sangat Setuju	39	32.5	32.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Ragu-Ragu	21	17.5	17.5	18.3
	Setuju	52	43.3	43.3	61.7
	Sangat Setuju	46	38.3	38.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

VARIABEL E-WOM

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.0	5.0	5.0
	Ragu-Ragu	24	20.0	20.0	25.0
	Setuju	57	47.5	47.5	72.5
	Sangat Setuju	33	27.5	27.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	7.5	7.5	7.5
	Ragu-Ragu	19	15.8	15.8	23.3
	Setuju	50	41.7	41.7	65.0
	Sangat Setuju	42	35.0	35.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.0	5.0	5.0
	Ragu-Ragu	21	17.5	17.5	22.5
	Setuju	50	41.7	41.7	64.2
	Sangat Setuju	43	35.8	35.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.0	5.0	5.0
	Ragu-Ragu	15	12.5	12.5	17.5
	Setuju	58	48.3	48.3	65.8
	Sangat Setuju	41	34.2	34.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.0	5.0	5.0
	Ragu-Ragu	15	12.5	12.5	17.5
	Setuju	64	53.3	53.3	70.8
	Sangat Setuju	35	29.2	29.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	6.7	6.7	6.7
	Ragu-Ragu	30	25.0	25.0	31.7
	Setuju	56	46.7	46.7	78.3
	Sangat Setuju	26	21.7	21.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	12	10.0	10.0	10.0
	Ragu-Ragu	22	18.3	18.3	28.3
	Setuju	54	45.0	45.0	73.3
	Sangat Setuju	32	26.7	26.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X3.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	6.7	6.7	6.7
	Ragu-Ragu	26	21.7	21.7	28.3
	Setuju	50	41.7	41.7	70.0
	Sangat Setuju	36	30.0	30.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X3.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	6.7	6.7	6.7
	Ragu-Ragu	18	15.0	15.0	21.7
	Setuju	58	48.3	48.3	70.0
	Sangat Setuju	36	30.0	30.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X3.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	6.7	6.7	6.7
	Ragu-Ragu	18	15.0	15.0	21.7
	Setuju	67	55.8	55.8	77.5
	Sangat Setuju	27	22.5	22.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN**Y1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Ragu-Ragu	25	20.8	20.8	21.7
	Setuju	48	40.0	40.0	61.7
	Sangat Setuju	46	38.3	38.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Ragu-Ragu	21	17.5	17.5	18.3
	Setuju	46	38.3	38.3	56.7
	Sangat Setuju	52	43.3	43.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Ragu-Ragu	20	16.7	16.7	17.5
	Setuju	45	37.5	37.5	55.0
	Sangat Setuju	54	45.0	45.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Ragu-Ragu	18	15.0	15.0	15.8
	Setuju	49	40.8	40.8	56.7
	Sangat Setuju	52	43.3	43.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Ragu-Ragu	20	16.7	16.7	17.5
	Setuju	49	40.8	40.8	58.3
	Sangat Setuju	50	41.7	41.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Ragu-Ragu	25	20.8	20.8	21.7
	Setuju	57	47.5	47.5	69.2
	Sangat Setuju	37	30.8	30.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

DESKRIPTIVE VARIABEL
KUALITAS PRODUK

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	120	2	5	4.08	.724
X1.2	120	2	5	4.01	.750
X1.3	120	2	5	4.06	.714
X1.4	120	2	5	3.98	.698
X1.5	120	2	5	3.86	.770
X1.6	120	2	5	4.04	.771
X1.7	120	2	5	4.17	.737
X1.8	120	2	5	4.10	.749
X1.9	120	2	5	4.05	.808
X1.10	120	2	5	3.95	.743
X1.11	120	2	5	3.93	.707
X1.12	120	2	5	3.88	.740
X1.13	120	2	5	3.94	.702
X1.14	120	2	5	3.86	.665
X1.15	120	2	5	3.73	.733
X1.16	120	2	5	3.88	.751
X1.17	120	2	5	4.08	.740
X1.18	120	2	5	4.05	.708
Valid N (listwise)	120				

VARIABEL DESAIN KEMASAN

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	120	2	5	4.06	.714
X2.2	120	2	5	4.13	.744
X2.3	120	2	5	4.17	.760
X2.4	120	2	5	4.18	.741
X2.5	120	2	5	4.13	.721
X2.6	120	2	5	4.19	.748
Valid N (listwise)	120				

VARIABEL E-WOM

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1	120	2	5	3.98	.825
X3.2	120	2	5	4.04	.902
X3.3	120	2	5	4.08	.856
X3.4	120	2	5	4.12	.812
X3.5	120	2	5	4.07	.786
X3.6	120	2	5	3.83	.843
X3.7	120	2	5	3.88	.918
X3.8	120	2	5	3.95	.887
X3.9	120	2	5	4.02	.850
X3.10	120	2	5	3.94	.802
Valid N (listwise)	120				

VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1.1	120	2	5	4.16	.778
y1.2	120	2	5	4.24	.767
y1.3	120	2	5	4.27	.764
Y1.4	120	2	5	4.27	.742
Y1.5	120	2	5	4.23	.753
Y1.6	120	2	5	4.08	.740
Valid N (listwise)	120				

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	DESAIN KEMASAN
X2.1	Pearson Correlation	1	.793**	.788**	.839**	.622**	.483**	.920**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X2.2	Pearson Correlation	.793**	1	.763**	.735**	.499**	.286**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.002	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X2.3	Pearson Correlation	.788**	.763**	1	.754**	.527**	.313**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X2.4	Pearson Correlation	.839**	.735**	.754**	1	.569**	.379**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X2.5	Pearson Correlation	.622**	.499**	.527**	.569**	1	.731**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X2.6	Pearson Correlation	.483**	.286**	.313**	.379**	.731**	1	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
DESAIN KEMASAN	Pearson Correlation	.920**	.830**	.845**	.870**	.802**	.649**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120

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

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	E-WOM	
X3.1	Pearson Correlation	1	.781**	.908**	.846**	.872**	.610**	.495**	.492**	.442**	.842**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	
X3.2	Pearson Correlation	.781**	1	.790**	.809**	.731**	.440**	.625**	.391**	.405**	.329**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.3	Pearson Correlation	.908**	.790**	1	.918**	.916**	.473**	.429**	.470**	.414**	.411**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.4	Pearson Correlation	.846**	.809**	.918**	1	.923**	.434**	.469**	.440**	.472**	.411**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.5	Pearson Correlation	.872**	.731**	.916**	.923**	1	.473**	.407**	.451**	.426**	.486**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.6	Pearson Correlation	.610**	.440**	.473**	.434**	.473**	1	.756**	.909**	.824**	.818**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.7	Pearson Correlation	.495**	.625**	.429**	.469**	.407**	.756**	1	.756**	.799**	.652**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.8	Pearson Correlation	.492**	.391**	.470**	.440**	.451**	.909**	.756**	1	.915**	.869**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.9	Pearson Correlation	.420**	.405**	.414**	.472**	.426**	.824**	.799**	.915**	1	.864**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.10	Pearson Correlation	.442**	.329**	.411**	.411**	.486**	.818**	.652**	.869**	.864**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
E-WOM	Pearson Correlation	.842**	.777**	.824**	.823**	.817**	.832**	.794**	.827**	.809**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

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

KEPUTUSAN PEMBELIAN

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Keputusan Pembelian
Y1.1	Pearson Correlation	1	.851**	.862**	.917**	.855**	.721**	.951**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
Y1.2	Pearson Correlation	.851**	1	.821**	.802**	.833**	.764**	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
Y1.3	Pearson Correlation	.862**	.821**	1	.793**	.855**	.733**	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
Y1.4	Pearson Correlation	.917**	.802**	.793**	1	.851**	.663**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
Y1.5	Pearson Correlation	.855**	.833**	.855**	.851**	1	.689**	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
Y1.6	Pearson Correlation	.721**	.764**	.733**	.663**	.689**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.951**	.926**	.925**	.917**	.928**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120

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

UJI RELIABILITAS
KUALITAS PRODUK

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	18

DESAIN KEMASAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	6

E-WOM

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	10

KEPUTUSAN PEMBELIAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	6

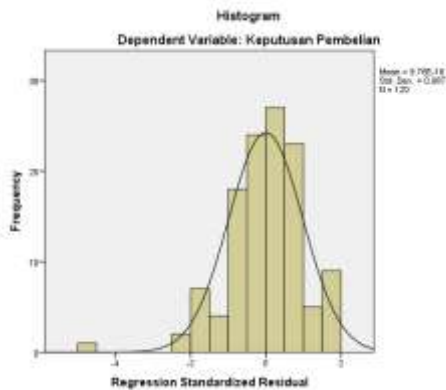
UJI NORMALITAS

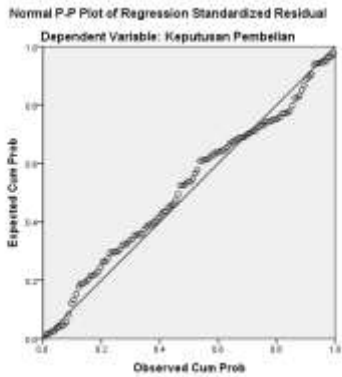
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized
Residual

N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.60295645
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.067
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.076 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

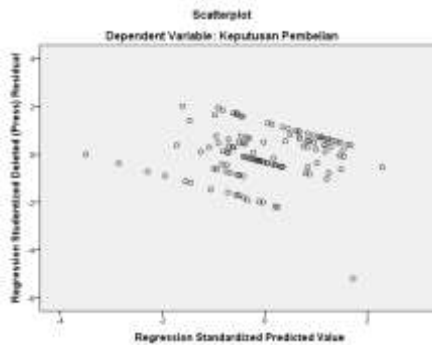




UJI MULTIKOLINEARITAS

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
KUALITAS PRODUK	.951	1.051
DESAIN KEMASAN	.969	1.032
E-WOM	.954	1.049

UJI HETEROKEDASTISITAS



UJI AUOTOKORELASI

Model	Durbin-Watson
1	1.693

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	3.182	3.788
	KUALITAS PRODUK	.082	.035
	DESAIN KEMASAN	.418	.094
	E-WOM	.145	.050

UJI t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	.840	.403
	KUALITAS PRODUK	2.353	.020
	DESAIN KEMASAN	4.454	.000
	E-WOM	2.909	.004

Uji F

Model		F	Sig.
1	Regression	12.659	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Uji R

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.497 ^a	.247	.227	3.649



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

Nomor : 191171 /01/FE/XI/2019
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
Kopi Janji Jiwa
City of Tomorrow Mall, Lt 1 Blok FS39/02-03,
A. Yani 288, Dukuh Menanggal, Kec. Gayungan, Kota. Surabaya
di -
Surabaya

Sesuai kurikulum Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Imelda Amanta Tira
NIM : 161500229
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Desain Kemasan, dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Surabaya

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.



Surabaya, 13 November 2019

Dra. Siti Istikhroh, M.Si
NIP. 19671019.199203.2001