

DAFTAR PUSTAKA

- [https://jatim.tribunnews.com /amp/ 2019/ 05/ 05/ cabang-ke-lima-bakso-boedjangan-hadir-di-ayani-surabayasar-keluarga-dan-pelanggan-kantoran](https://jatim.tribunnews.com/amp/2019/05/05/cabang-ke-lima-bakso-boedjangan-hadir-di-ayani-surabayasar-keluarga-dan-pelanggan-kantoran), diakses tanggal 7 Januari 2020, 11.49
- <http://dispendukcapil.surabaya.go.id/berita/483-jumlahpenduduk-kota-surabaya>, diakses tanggal 2 Februari 2020, 22.05
- <https://www.google.com/url?q=https://amp.kompas.com/ekonomi/read/2018/08/11/111100326/upgrade-bisnis-ala-baksoboedjangan&usg=AFQiCNEuZnEe7wsBbozYhA>, diakses tanggal 7 Januari 2020, 11.14
- <https://www.citarasaprima.com/post/50-gerai-baksoboedjangan-dalam-4-tahun-lebih-dari-10-kota-di-indonesia>, diakses tanggal 13 Mei 2020, 23.50
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 2, Jakarta, ISBN:979-683-092-2.
- Kotler, Philip dan Keller, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Pearson Education, ISBN:978-0-13-600998-6.
- Kotler, Philip dan Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 2, Pearson Education, ISBN: 978-0-13-600998-6.
- Lagita dan Vita, 2018, Pengaruh Customer Satisfaction, Adjusted Expectation, Perceived Value, dan Perceived Usefulness terhadap Online Repurchase Intention pada Pelanggan Lazada, *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Volume 8, Trisakti School of Management, Jakarta.
- Priansa, Juni Donni, 2017, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Edisi 1, Bandung, ISBN:602289273-1.

- Rachman, 2018, Metodologi Penelitian, Adibuana University Press, Surabaya, ISBN:978-979-8559-75-4.
- , 2019, Aplikasi komputer Statistik, Adibuana, University Press, Surabaya, ISBN:978-602-5793-23-3.
- Ridwan Maulana, Ani, dan Andry, 2018, Pengaruh Product Knowledge dan Brand Association terhadap Purchase Intention Kawasan Kampung Kreatif Dago Pojok, Pariwisata, ISSN:2355-6587, Volume 5, Universitas BSI, Bandung.
- Sari Lestia dan I Wayan, 2017, Pengaruh Brand Image, Brand Association, dan Brand Awareness terhadap Repurchase Intention Produk Smartphone Merek Asus, E-Jurnal Manajemen Unud, ISSN:2302-8912, Volume 6, Universitas Udayana, Bali, Indonesia.
- Sarmanu, 2017, Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Statistika, Surabaya, ISBN:978-602-6606-16-7
- Sugiyono, 2016, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung, ISBN:979-8433-71-8.
- , 2018, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D, Bandung, ALFABETA.
- , 2019, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D, Bandung, ALFABETA ISBN:978-602-289-533-6.
- , 2019, Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development untuk Bidang: Pendidikan, Manajemen, Sosial, Teknik, Bandung, ISBN:978-602-289-158-1.
- Tjiptono, Fandy, 2014, Pemasaran Jasa, Edisi 1, Yogyakarta, ISBN:978-979-29-4417-4.

Zulbahri Liza, Yuni, Dian, 2018, Pengaruh Perceived Value dan Fasilitas terhadap Repurchase Intention Wisatawan di Objek Wisata Gunung Padang, E-ISSN: 2086-5031, Volume 9, Universitas Tamansiswa, Padang.

Lampiran 1 Berita Acara Bimbingan Skripsi



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>

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	: LUMU KHOIROTUN NISA'
Prodi / NIM	: MANAJEMEN / 161500107
Judul Skripsi	: PENGARUH BRAND ASSOCIATION DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP XXXXXXXXXX REPURCHASE INTENTION PADA RESTORAN BAKSO BOLDJANGAN CABANG XXXXXXXXXX SURABAYA
Dosen Pembimbing	: YUNI SUHANDANI, H.j., Dra., SE., M.M
Periode Kepembimbingan	: 30 September 2019 s/d 30 Maret 2020

URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1.	29-10-2019	Pengajuan Judul	Ace	
2	9-12-19	Bab 1, 2	Revisi	
3	3-1-20	Bab 1-3	revisi	
4	18-1-20	Bab 1-3	revisi	
5	21-1-20	Bab 1-3	revisi	
6	11-2-20	Bab 1-3	Ace	
7	6-3-20	Angket	revisi	
8	11-4-20	Angket	Ace	
9	16-5-20	Bab 4, 5	revisi	
10	6-6-20	Bab 4, 5	revisi	

Bimbingan selesai pada tanggal :

Dosen Pembimbing,



Mahasiswa,

Lumu Khoirotn Nisa'

Lampiran 2 Berita Acara Perpanjangan Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

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

KARTU PERPANJANGAN BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	: UMMU KHOIRATUN NISAA'
Prodi / NIM	: MANAJEMEN / 161600107
Judul Skripsi	: Pengaruh Brand Association dan Perceived Value terhadap Repurchase Intention pada Restoran Bakso Boedjangan Cabang Ahmad Yani Surabaya
Dosen Pembimbing	: Yuni Sutandari, Hj., Dra., CS., M.M
Periode Kepembimbingan	: 03 Juni s/d 25 Juli 2020

URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1	11-6-20	Bab 4, 5	revisi	
2	13-6-20	Bab 4, 5	revisi	
3	28-6-20	Bab 4, 5	revisi	
4	28-6-20	Bab 4, 5	revisi	
5	30-6-20	Bab 4, 5	Ace revisi	
6	3-7-20	Bab 5	revisi	
7	9-7-20	Bab 5	revisi	
8	14-7-20	Bab 5	Ace	

Bimbingan selesai pada tanggal :

Desen Pembimbing



Mahasiswa

(UMMU KHOIRATUN NISAA')

Lampiran 3 Format Revisi Skripsi Penguji I



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

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

BERITA ACARA
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Ummu Khairatun Nisa'
 NIM/Program Studi : 161500107
 Judul Skripsi : _____

 Tanggal Ujian Skripsi : 6 agust 2020
 Penguji : 1. i. khus surababaya
 2. _____

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	6/20/20	dasar dkk; front teori (vao); kerangka	[Signature]
2	18	ka konseptual; populasi; teknik sampling; vera	
3	19/20	ada - ada	[Signature]
4	18		
5			
6			
7			
8			

09/20/20
 18
 Penguji I, [Signature]
i. khus

Surabaya, _____
 Penguji II, _____

Lampiran 4 Format Revisi Skripsi Penguji II



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

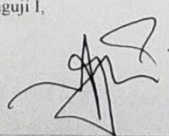
Kampus : Jl. DukuhMenanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.unipasby.ac.id>

BERITA ACARA
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Ummu Khoirun Nisa'
NIM/Program Studi : 161500107
Judul Skripsi : _____

Tanggal Ujian Skripsi : _____
Penguji : 1. Dr. Aji, P.
2. _____

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1		- konsisten di Pustaka.	
2		- Literatur & theory tersebut	
3		- kesimpulannya	
4		- abstrak tersebut	
5			
6			
7			
8			

Penguji I,  _____
Surabaya, _____
Penguji II, _____

Lampiran 5 Surat Ijin Penelitian



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 : 191124/01/FE/XI/2019
Lampiran : -
Perihal : *Ijin Penelitian dan Pengambilan Data*

Surabaya, 22 November 2019

Kepada Yth :
Bapak/Ibu Manajer Bakso Boedjangan
Jl. Ahmad Yani No. 234 Gayungan
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. Untuk kepentingan tersebut mohon Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Umu Khoirotun Nisa'
NIM : 161500107
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Association dan Perceived Value Terhadap Customer Repurchase Intention pada Restoran Bakso Boedjangan Cabang Gayungan Surabaya

Kami menyadari bahwa kegiatan ini akan menyita waktu dan tugas-tugas Bapak/Ibu, oleh karena itu waktu/tanggal pelaksanaannya mohon sesuaikan dengan jadwal yang Bapak/Ibu berikan.

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



Dekan,
Dr. Siti Istikhoro, M.Si
NIP. 19671019.199203.2001

Lampiran 6 Surat Balasan Ijin Penelitian



BAKSO BOEDJANGAN
"BEBERKA BIKSES, PIRIBUNYA, JESS, KAJIBUNYA COSS"

Restoran Bakso Boedjangan

Alamat : Jl. Ahmad Yani No. 234, Gayungan, Surabaya, 60235

Telp : 0877-1777-7801

Nomor Surat : Surabaya, 10 Desember 2019
Perihal : Surat Balasan Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada YTH,
Bapak/Ibu Pimpinan
Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Jl. Dukuh Menanggal XII/4

Di Tempat

Berdasarkan surat saudara nomor : 191124/01/FE/XI/2019 tanggal 22 November 2019, perihal ijin penelitian dan pengambilan data di Restoran Bakso Boedjangan Cabang Ahmad Yani Surabaya maka bersama ini kami sampaikan bahwa:

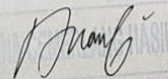
Nama : Umu Khoirotun Nisa'
Nim : 161500107
Prodi : Manajemen

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian di Restoran Bakso Boedjangan Cabang Ahmad Yani Surabaya untuk melakukan penelitian dan pengambilan data dengan judul :

"Pengaruh *Brand Association* dan *Perceived Value* terhadap *Customer Repurchase Intention* pada Restoran Bakso Boedjangan Cabang Ahmad Yani Surabaya".

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih

Surabaya, 10 Desember 2019
Restoran Bakso Boedjangan

()
Anang S.

Lampiran Berita Acara Ujian Proposal



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>

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

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

Nama Mahasiswa	: Umu Khoirotn Nisa'
NIM	: 161500107
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh Brand Association dan Perceived Value terhadap Repurchase Intention pada Restoran Bakso Boedjangan Cabang Ahmad Yani Surabaya

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	161600016	Khoyyimah	
2	171500032	Faricha Hanum	
3	161600107	Vieny Mei L.R.	
4	161600161	Auliyana Sustris Rain	
5	161600150	Almas fildza jastha	
6	161600208	Reni Aulia Safitri	
7	161500090	Nurul Abida	
8	161500167	Emejinda Lesta	
9	161500192	Carolina Ryan S.W	
10	161500129	Ach. Adi. Baharjo	
11	161600197	Aar Nurville J	
12	161600086	IFA FAUSTIAH	
13	151600040	Sivoraungrum	
14	151500058	Adys Arima Nur O.P	
15	161600168	Yurida Lasmita	
16	161600110	Agriyani Wahyuningrum	
17	161600134	Murba'itly Ming Syahdu	
18	151600059	Reni Norita	
19			
20			

21			
22			
23			
24			
25			

Surabaya, 6 - Maret - 2020

Penguji : Dr. Mewuk S. (M)

Pembimbing : Felis (F)

Lampiran 8 Kuesioner

KUESIONER

Kepada Responden yang terhormat,

Dalam rangka memenuhi salah satu syarat tugas akhir pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, yaitu melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Asosiasi Merek dan Persepsi Nilai terhadap Minat Pembelian Ulang pada Restoran Bakso Boedjangan Cabang Ahmad Yani Surabaya”. Maka dari itu, saya memohon Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia berpartisipasi sebagai responden dengan cara mengisi kuesioner dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini kerahasiaan identitas Bapak/Ibu/Saudara/i dijamin dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian semata.

Demikian atas perhatian Bapak/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Penulis

A. Identitas Responden

(responden tidak perlu menulis nama)

No. Responden : (diisi oleh peneliti)

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan

Umur : 17 - 25 tahun 26 - 35 tahun
 36 - 50 tahun 50 tahun keatas

Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Pegawai Swasta
 Pegawai Negeri Tidak Bekerja

- Pendapatan : 500.000 – 1.000.000/bulan
 1.500.000 – 3000.000/bulan
 ≥ 3000.000/bulan

B. Petunjuk

1. Bacalah setiap butir pertanyaan dengan cermat dan teliti
2. Berilah tanda centang (√) untuk setiap butir pernyataan yang sesuai dengan kenyataan yang anda terima saat membeli di restoran Bakso Boedjangan Surabaya

C. Keterangan

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

D. Butir Pernyataan

No.	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		1	2	3	4	5
A.	Asosiasi Merek					
1.	Atribut Produk					
	a. Restoran memiliki tempat yang nyaman untuk berkumpul bersama teman, rekan kerja dan keluarga					
	b. Bakso Boedjangan menyediakan menu yang bervariasi					
	c. Restoran memiliki lokasi yang strategis dan tempat parkir yang luas					

2.	Atribut Tak Berwujud						
	a. Menurut saya bakso Boedjangan populer dikalangan remaja						
	b. Menurut saya Restoran bakso Boedjangan memiliki pelayanan yang baik dan memuaskan						
	c. Menurut saya Bakso Boedjangan memiliki tampilan yang bisa meningkatkan selera makan						
3.	Manfaat Bagi Pelanggan						
	a. Pelanggan mendapatkan pelayanan dengan cepat						
	b. Pelanggan mendapatkan kenyamanan dan keamanan saat menikmati makanan di restoran						
	c. Pelanggan mendapatkan informasi mengenai harga, produk, dan cara pembayaran dengan jelas sebelum melakukan pembelian						
4.	Harga Relatif						
	a. Harga produk sesuai dengan kualitasnya						
	b. Harga produk sesuai dengan fasilitas dan kenyamanan yang diberikan						
	c. Harga produk mampu bersaing dengan produk sejenis di restoran lainnya						
B.	Persepsi Nilai						
1.	Biaya						
	a. Biaya menu makanan dan minuman di Restoran Bakso Boedjangan sesuai dengan kualitas yang diperoleh						

	b. Biaya di setiap menu makanan dan minuman di Restoran Bakso Boedjangan sesuai dengan porsi yang disajikan					
	c. Biaya menu makanan dan minuman di Restoran Bakso Boedjangan sesuai dengan manfaat yang dirasakan					
2.	Nilai Pertukaran					
	a. Sikap karyawan memudahkan konsumen dalam memperoleh pelayanan/jasa dengan baik					
	b. pengetahuan dan kemampuan SDM memudahkan konsumen dalam memperoleh pelayanan/jasa dengan baik					
	c. Fasilitas yang mendukung memudahkan konsumen dalam memperoleh pelayanan/jasa dengan baik					
3.	Estetika					
	a. Kerapihan penampilan karyawan memberikan kenyamanan konsumen dalam menerima pelayanan					
	b. Kebersihan dalam restoran memberikan kenyamanan konsumen dalam menerima pelayanan					
	c. Ketepatan penataan tata letak yang menarik memberikan kenyamanan konsumen dalam menerima pelayanan					
C.	Minat Pembelian Ulang					
1.	Minat Transaksional					

	a. Saya berminat melakukan pembelian karena kualitas produk yang diberikan					
	b. Saya berminat melakukan pembelian karena pelayanan yang diberikan					
	c. Saya berminat melakukan pembelian karena kenyamanan saat bertransaksi					
2.	Minat Referensial					
	a. saya akan mereferensikan Restoran Bakso Boedjangan kepada keluarga atas pengalaman sendiri					
	b. saya akan mereferensikan Restoran Bakso Boedjangan kepada rekan kerja atas kenyamanan yang telah diberikan					
	c. saya akan mereferensikan Restoran Bakso Boedjangan kepada teman atas kualitas produk yang telah diberikan					
3.	Minat Preferensial					
	a. saya lebih menyukai produk di Restoran Bakso Boedjangan karena tempat dan pelayanannya yang nyaman					
	b. saya lebih menyukai produk di Restoran Bakso Boedjangan karena lokasinya yang strategis					
	c. saya lebih menyukai produk di Restoran Bakso Boedjangan karena kualitas rasa produk yang diperoleh					
4.	Minat Eksploratif					
	a. saya selalu mencari tahu tentang harga terbaru dari setiap produk					

	di Restoran Bakso Boedjangan					
	b. saya selalu mencari tahu pengalaman membeli produk di Restoran Bakso Boedjangan melalui teman-teman					
	c. saya selalu mencari tahu tentang produk-produk terbaru di Restoran Bakso Boedjangan melalui media sosial					

Lampiran 9 Tabulasi Karakteristik Responden

Responden	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendapatan
Resp_1	2	1	1	1
Resp_2	1	2	2	3
Resp_3	1	2	2	1
Resp_4	1	2	3	3
Resp_5	2	1	2	3
Resp_6	1	3	2	3
Resp_7	2	3	2	2
Resp_8	2	1	1	1
Resp_9	1	2	2	3
Resp_10	2	1	1	1
Resp_11	1	1	1	3
Resp_12	2	1	4	1
Resp_13	1	2	2	3
Resp_14	2	2	2	1
Resp_15	2	2	3	2
Resp_16	1	2	2	3
Resp_17	2	1	2	3
Resp_18	1	2	2	3
Resp_19	1	2	2	3
Resp_20	2	3	2	2
Resp_21	2	3	2	3
Resp_22	2	2	2	3
Resp_23	2	1	1	1
Resp_24	2	3	2	3
Resp_25	2	1	1	1
Resp_26	2	1	2	3
Resp_27	2	3	2	3
Resp_28	1	2	2	3
Resp_29	2	2	2	3
Resp_30	2	2	2	3
Resp_31	1	2	2	3
Resp_32	1	2	2	3
Resp_33	2	2	2	2
Resp_34	1	1	2	2
Resp_35	1	1	1	1
Resp_36	2	1	1	1
Resp_37	2	3	4	3

Resp_38	2	1	2	2
Resp_39	2	1	2	3
Resp_40	1	2	2	2
Resp_41	1	1	1	1
Resp_42	1	1	1	1
Resp_43	2	2	3	3
Resp_44	2	1	1	1
Resp_45	2	4	4	3
Resp_46	2	1	2	3
Resp_47	2	2	2	2
Resp_48	2	2	2	2
Resp_49	2	3	4	3
Resp_50	1	3	2	2
Resp_51	2	1	2	2
Resp_52	1	2	2	3
Resp_53	1	2	2	3
Resp_54	2	3	2	3
Resp_55	1	2	4	1
Resp_56	2	4	2	3
Resp_57	2	2	2	3
Resp_58	1	2	2	3
Resp_59	2	2	2	3
Resp_60	1	2	2	2
Resp_61	2	2	2	1
Resp_62	2	1	2	3
Resp_63	2	2	2	2
Resp_64	1	2	2	3
Resp_65	1	3	2	3
Resp_66	1	3	2	3
Resp_67	2	3	2	3
Resp_68	2	3	2	3
Resp_69	1	3	2	3
Resp_70	2	2	2	3
Resp_71	2	2	3	3
Resp_72	1	3	2	3
Resp_73	2	3	2	2
Resp_74	1	4	2	2
Resp_75	2	3	2	3
Resp_76	2	1	1	1

Resp_77	2	2	2	2
Resp_78	2	1	4	3
Resp_79	2	3	2	3
Resp_80	1	3	3	3
Resp_81	1	1	4	3
Resp_82	2	2	4	1
Resp_83	1	2	2	3
Resp_84	1	2	2	2
Resp_85	2	1	2	3
Resp_86	1	2	2	2
Resp_87	2	2	2	3
Resp_88	1	1	2	2
Resp_89	1	3	2	3
Resp_90	2	2	2	3
Resp_91	2	3	2	3
Resp_92	1	4	2	3

Lampiran 10 Tabulasi Variabel X1

Asosiasi Merek (X1)												
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	TOTAL (X1)
4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	2	2	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	51
4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	43
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	51
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	52
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	51
4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	3	3	42
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	57
2	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	49
4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	44
5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	51
4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	46
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	45
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	49
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	55
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	52
4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	52
5	4	5	3	4	4	4	5	3	5	5	3	50
5	5	5	2	5	3	5	5	5	4	3	2	49
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	5	2	4	4	4	4	3	4	4	4	46
4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	52
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	57
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	48
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	53
5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	48
3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	4	3	35
4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	52
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
3	3	5	3	2	1	1	1	1	4	2	3	29

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
4	4	4	4	5	3	5	5	4	3	4	3	48
4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	46
5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	47
4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	45
5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	55
4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	45
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	50
5	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	5	47
4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	3	52
5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	2	3	44
3	4	4	2	2	2	2	2	3	2	3	3	32
4	3	4	3	4	3	3	3	3	5	4	4	43
4	3	4	3	4	3	3	3	3	5	4	4	43
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	4	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	44
5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	54
5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	52
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	53
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	54
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	2	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	47
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	50
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	51
5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	52
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	57
5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	56
5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	54
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	57
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	45

3	2	3	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	4	4	5	5	4	40
4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
4	4	4	5	5	4	4	4	4	38
4	4	4	5	5	5	5	5	5	42
4	4	4	4	4	4	4	5	4	37

Lampiran 12 Tabulasi Variabel Y

Minat Pembelian Ulang (Y)												
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	TOTAL Y
3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	2	2	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	54
4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	2	2	44
3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	58
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	46
3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	46
3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	37
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	46
2	2	5	4	4	4	5	5	4	2	2	4	43
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	44
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	51
4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	48
5	4	4	5	5	5	5	5	5	1	1	1	46
5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3	52
5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	48
5	5	4	4	4	3	5	5	4	2	2	2	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	56
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	46
5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	50
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	43
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	51

4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	46
4	4	4	3	3	3	4	5	4	3	3	3	43
3	3	3	2	3	3	3	4	4	2	2	2	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	55
4	3	3	4	2	4	2	2	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	44
4	4	4	5	5	5	4	5	3	3	3	3	48
4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	2	2	44
5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	42
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	40
4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	43
3	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	49
4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	36
4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	51
4	4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	5	51
3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	2	39
4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	40
2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	30
4	5	5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	44
4	5	5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	44
4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	3	3	45
5	4	4	4	5	5	3	4	4	2	3	2	45
3	2	2	3	2	3	3	4	4	2	3	3	34
5	3	3	4	4	5	3	5	5	3	3	2	45
4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	47
5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	56
4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	45
5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	5	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	48
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	50
4	4	4	2	3	3	4	4	2	2	4	3	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	51
5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	54

4	4	4	5	4	4	5	5	3	1	3	1	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	48
5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	3	3	49
5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	48
4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	49
3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	42
4	5	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	47
4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	43
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	48
4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	53

Lampiran 13 Hasil Olah Data SPSS

1. Hasil Uji Validitas

a. Asosiasi Merek (X1)

		Correlations												TOTAL X1
		X 1.1	X 1.2	X 1.3	X 1.4	X 1.5	X 1.6	X 1.7	X 1.8	X 1.9	X 1.10	X 1.11	X 1.12	
X 1.1	Pearson Correlation	1	,409 **	,407 **	,328 **	,387 **	,467 **	,515 **	,567 **	,439 **	,173	,268 **	,224 *	,625**
	Sig. (2- tailed)		,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,099	,010	,032	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X 1.2	Pearson Correlation	,409 **	1	,319 **	,243 *	,414 **	,373 **	,525 **	,518 **	,428 **	,165	,249 *	,240 *	,588**
	Sig. (2- tailed)	,000		,002	,020	,000	,000	,000	,000	,000	,117	,017	,021	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X 1.3	Pearson Correlation	,407 **	,319 **	1	,245 *	,209 *	,335 **	,290 **	,322 **	,216 *	,228 *	,228 *	,270 **	,476**
	Sig. (2- tailed)	,000	,002		,019	,045	,001	,005	,002	,039	,028	,029	,009	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X 1.4	Pearson Correlation	,328 **	,243 *	,245 *	1	,459 **	,562 **	,393 **	,392 **	,307 **	,173	,284 **	,449 **	,610**
	Sig. (2- tailed)	,001	,020	,019		,000	,000	,000	,000	,003	,100	,006	,000	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X 1.5	Pearson Correlation	,387 **	,414 **	,209 *	,459 **	1	,573 **	,736 **	,715 **	,456 **	,347 **	,305 **	,362 **	,742**
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,045	,000		,000	,000	,000	,000	,001	,003	,000	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X 1.6	Pearson Correlation	,467 **	,373 **	,335 **	,562 **	,573 **	1	,636 **	,667 **	,534 **	,371 **	,472 **	,447 **	,801**
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X 1.7	Pearson Correlation	,515 **	,525 **	,290 **	,393 **	,736 **	,636 **	1	,870 **	,596 **	,245 *	,302 **	,319 **	,795**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,005	,000	,000	,000		,000	,000	,019	,003	,002	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X 1.8	Pearson Correlation	,567**	,518**	,322**	,392**	,715**	,667**	,870**	1	,581**	,328**	,453**	,341**	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000		,000	,001	,000	,001	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X 1.9	Pearson Correlation	,439**	,428**	,216*	,307**	,456**	,534**	,596**	,581**	1	,284**	,415**	,302**	,690**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,039	,003	,000	,000	,000	,000		,006	,000	,003	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X 1.10	Pearson Correlation	,173	,165	,228*	,173	,347**	,371**	,245*	,328**	,284**	1	,723**	,661**	,594**
	Sig. (2-tailed)	,099	,117	,028	,100	,001	,000	,019	,001	,006		,000	,000	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X 1.11	Pearson Correlation	,268**	,249*	,228*	,284**	,305**	,472**	,302**	,453**	,415**	,723**	1	,577**	,661**
	Sig. (2-tailed)	,010	,017	,029	,006	,003	,000	,003	,000	,000	,000		,000	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X 1.12	Pearson Correlation	,224*	,240*	,270**	,449**	,362**	,447**	,319**	,341**	,302**	,661**	,577**	1	,656**
	Sig. (2-tailed)	,032	,021	,009	,000	,000	,000	,002	,001	,003	,000	,000		,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
T O T A L X1	Pearson Correlation	,625**	,588**	,476**	,610**	,742**	,801**	,795**	,835**	,690**	,594**	,661**	,656**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

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

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

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,053	,169	,140	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y.7	Pearson Correlation	,321**	,407**	,503**	,433**	,514**	,406**	1	,713**	,428**	,117	,077	,140	,650**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,267	,463	,184	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y.8	Pearson Correlation	,407**	,245*	,330**	,328**	,463**	,409**	,713**	1	,503**	-,108	-	-	,485**
	Sig. (2-tailed)	,000	,019	,001	,001	,000	,000	,000		,000	,306	,139	,449	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y.9	Pearson Correlation	,622**	,365**	,372**	,424**	,393**	,533**	,428**	,503**	1	,232*	,024	,165	,650**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,026	,820	,115	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y.10	Pearson Correlation	,136	,166	,079	,171	,117	,202	,117	-	,232*	1	,710**	,694**	,572**
	Sig. (2-tailed)	,197	,115	,455	,102	,267	,053	,267	,306	,026		,000	,000	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y.11	Pearson Correlation	,048	,153	,046	,104	,079	,145	,077	-	,024	,710**	1	,630**	,481**
	Sig. (2-tailed)	,650	,145	,666	,322	,455	,169	,463	,139	,820	,000		,000	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y.12	Pearson Correlation	,010	,080	,089	,103	,112	,155	,140	-	,165	,694**	,630**	1	,521**
	Sig. (2-tailed)	,924	,448	,401	,330	,290	,140	,184	,449	,115	,000	,000		,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
TO TA L_Y	Pearson Correlation	,618**	,624**	,600**	,696**	,725**	,743**	,650**	,485**	,650**	,572**	,481**	,521**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

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

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

2. Hasil Uji Reliabilitas

a. Asosiasi Merek

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	92	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,891	12

b. Persepsi Nilai

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	92	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,893	9

c. Minat Pembelian Ulang

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	92	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,834	12

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

→ NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,89510136
Most Extreme Differences	Absolute	,055
	Positive	,055
	Negative	-,049
Test Statistic		,055
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

b. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	11,837	3,892		3,042	,003		
Asosiasi Merek	,467	,134	,467	3,491	,001	,331	3,022
Persepsi Nilai	,313	,166	,252	1,885	,063	,331	3,022

a. Dependent Variable: Minat Pembeian Ulang

c. Uji Heteroskedastisitas (Uji Korelasi Spearman)

		Correlations			Unstandardized Residual
			X1	X2	
Spearman's rho	1	Correlation Coefficient	1,000	,692**	,047
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,659
		N	92	92	92
	X2	Correlation Coefficient	,692**	1,000	,048
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,651
		N	92	92	92
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,047	,048	1,000
		Sig. (2-tailed)	,659	,651	.
		N	92	92	92

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

d. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,688 ^a	,474	,462	3,955	1,889

a. Predictors: (Constant), Persepsi Nilai, Asosiasi Merek

b. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

4. Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11,837	3,892		3,042	,003
	Asoasi Merek	,467	,134	,467	3,491	,001
	Persepsi Nilai	,313	,166	,252	1,885	,063

a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

5. Koefisien Determinasi atau R Square (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,688 ^a	,474	,462	3,955

a. Predictors: (Constant), Persepsi Nilai, Asosiasi Merek

6. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	11,837	3,892		3,042	,003
	Asosiasi Merek	,467	,134	,467	3,491	,001
	Persepsi Nilai	,313	,166	,252	1,885	,063

a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

b. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1252,498	2	626,249	40,041	,000 ^b
	Residual	1391,969	89	15,640		
	Total	2644,467	91			

a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

b. Predictors: (Constant), Persepsi Nilai, Asosiasi Merek

Lampiran 14 Berita Acara Ujian Skripsi

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya :

Pada Hari : Kamis

Tanggal : 6 Agustus

Tahun : 2020

Mengetahui,

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II



Drs. I Ketut Surabadiarta, SE., M.M.
NPP : 1701834/DY



Dr. Aji Prasetyo, SEL, MSA.
NPP : 1507730/DY

Lampiran 15 Lembar Bebas Plagiasi



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

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

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI


Yang bertanda tangan di bawah ini :
Nama : I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.
Jabatan : Ketua Program Studi Manajemen

Menyatakan bahwa :

Nama : Umu Khoirotun Nisa
NIM : 161500107
Prodi : Manajemen

telah melakukan uji plagiasi dengan judul artikel *PENGARUH BRAND ASSOCIATION DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA RESTORAN BAKSO BOEDJANGAN CABANG AHMAD YANI SURABAYA*, dengan hasil Similarity Index 18% sehingga layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 02 Agustus 2020
Ketua Program Studi Manajemen,

I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.