DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Boyd, Harper W. 2000. *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua)*. Jakarta: Erlangga.

Ghanimata, Fifyanita. 2012. "ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN."

Julius, Yosandi. 2012. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANANDAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BERBELANJA DI SUPERMARKET." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 16: 294–312.

Kotler, Philip, and Gary Amstrong. 2008. *PRINSIP - PRINSIP PEMASARAN EDISI 12 JILID 2*.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2009. Jakarta *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Ketigabelas*.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management.* Global Edition.

Lupyoadi, Rambat, and A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salembaa Empat.

Maharani, Rahmita Devi. 2018. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN TEMPAT PENDIDIKAN (Studi Pada TK Raudlatul Jannah Pepelegi Waru - Sidoarjo)." *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 2(031): 130.

Mazuanda, Defri. 2018. "PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DISTRO VEARST JEANS BANDUNG Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. (Survey Pada Pengunjung Distro Vearst Jeans Bandung)." Universitas Pasundan Bandung.

Pratiwi, Nabila. 2019. "PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN (TANGIBLES, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY) DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MIE AYAM BUDI BANDAR LAMPUNG." Universitas Lampung Bandar Lampung.

Qomariyah, Siti, and Christina Menuk Sri H. 2015. "Pengaruh Harga, Tempat, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Dealer Suzuki PT. Dwimitra Sejahtera Utama Sidoarjo Siti." 20(1411): 245–59.

Rachman, Mohammad Munir. 2018. *METODOLOGI PENELITIAN*. Surabaya: Adi Buana University Press.

Rachman, Mohammad Munir. 2019. *METODOLOGI PENELITIAN*. Surabaya: Aplikasi Komputer Statistik.

Rofiq, Ainnur, and M. Hufrom. 2017. "'PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI POWERNOISE STORE' STUDI KASUS PADA KONSUMEN POWERNOISE STORE MALANG." : 152–67.

Salam, Hani. 2016. Skripsi "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP CUSTOMER TRUST DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN KONSUMEN (Survey Pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha Mio Di Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan Bandung)." Universitas Pasundan Bandung.

Sembiring, Inka Janita, Suharyono, and Andriani Kusumawati. 2014. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang)." 15(1): 1–10.

Soeprajitno, Edy Djoko , 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian."

Sugiyono. 2016. *METODE PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, Dan Kombinasi*. Bandung: ALFABETA.

Tjiptono, Fandy, and Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. YOGYAKARTA: Andi.

Widayati, R, and R Amelia. 2019. "Aktivitas Pemasaran Produk Simpanan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor

Cabang Padang." *Journal of Business and Banking* 1(1): 1–9. https://osf.io/preprints/5x2c4/.

Wijayanti, Heni, and Christina Menuk Sri Handayani. 2015. "PENGARUH LOKASI, HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SURODINAWAN GRANDSITE PADA PT.DWI MULYA JAYA MOJOKERTO." *Majalah ekonomi* 20(1): 109–23.

Wijayanti, Heni, and Christina Menuk Sri Handayani. 2015. "PENGARUH LOKASI, HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SURODINAWAN GRANDSITE PADA PT.DWI MULYA JAYA MOJOKERTO." *Majalah ekonomi* 20(1): 109–2

Lampiran 1

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Rahajeng Irna Sari
2. NIM : 161500137
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Pengajuan skripsi : 03 Agustus 2019
5. Judul skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan (studi empiri pada outlet Jos Gandhos di Krian)
6. Dosen pembimbing : Dra. Siti Istikhoro, M.Si
7. Konsultasi :

NO	TANGGAL	PARAF	URAIAN KEGIATAN
1	03-08-2019	h	Revisi judul dan matrik
2	10-08-2019	h	Revisi judul dan matrik
3	25-08-2019	h	Revisi judul dan matrik
4	30-08-2019	h	Acc judul
5	30-08-2019	h	Revisi matrik
6	04-11-2019	h	Revisi matrik
7	16-01-2020	h	Revisi proposal
8	16-01-2020	h	Revisi matrik
9	21-01-2020	h	Revisi proposal

10	25-01-2020		Acc proposal
11	28-01-2020		Revisi kusioner
12	19-06-2020		Acc kusioner
13	13-07-2020		Acc BAB 4 & 5
14	22-07-2020		Acc artikel

Tanggal selesai bimbingan : 22 Juli 2020

Surabaya, 23 Juli 2020
Dosen Pembimbing,

Dra. Siti Istikhoro, M.Si
NIP : 19671019199203200

Lampiran 2

MATRIKS PENELITIAN

NAMA : RAHAJENG IRNA SARI

NIM : 161500137

JUDUL : "PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPIS KUKUS PAHLAWAN (studi empiris pada outlet jos ghandos di Krian)

KONSEP	RUMUSAN MASALAH	TUJUAN	VARIABEL DAN INDIKATOR	HIPOTESIS	POPULASI DAN SAMPEL	PENGUMPULAN DATA	TELNIK ANALISIS
Harga : Satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya (menurut Kotler dan Keller (dalam Rofiq & Hufron, 2018) Kualitas Produk : Karakteristik dari produk dalam	1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan. 2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan. 3. Apakah Kualitas	1. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan 2. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus	Variabel 1. Harga(X_1) 2. KualitasProduk (X_2) 3. Lokasi (X_3) 4. Pelayanan (X_4) 5. KeputusanPembelian (Y_1) Indikator 1. Harga - Keterjangkauan harga - Kesesuaian harga dengan kualitas produk - Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	1. Adanya pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan 2. Adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan	Populasi Konsumen yang melakukan pembelian Lapis Kukus Pahlawan di Outlet Lapis Kukus Pahlawan (Jos Ghandos) Sampel Sampel dalam penelitian ini dihitung menggunak	1. Observasi 2. Dokumentasi 3. Kusioner	1. Uji Instrumen (uji validitas dan uji rabilitas) 2. Uji Asumsi Klasik (Uji normalitas, multikoloni, uji heteroskedastisitas) 3. Analilis Regresi berganda 4. Uji Hipotesis

kemampuan untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten (menurut Kotler dan Amstrong : 2008). Kualitas Pelayanan : Suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal – hal lain yang disediakan	Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan. 4. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan. 5. Apakah Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi, berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan.	Pahlawan 3. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan 4. Untuk mengetahui apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan 5. Untuk mengetahui apakah Harga, Kualitas Produk, Kualitas	(menurut Kotler and Amstrong (2012:314) 2. Kualitas Produk - Kesesuaian dengan spesifikasi - Dayatahan - Estetika (Menurut Garvin (dalam Salam 2016)) 3. Kualitas Pelayanan -Bukti fisik -Keandalan -Ketanggapan -Keterjaminan -Empati (menurut Lupiyoadi dan Hamdani (dalam Qomariyah and H 2015) 4. Lokasi yang strategis : -Akses -Visibilitas	3. Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan 4. Adanya pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan 5. Adanya pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi, terhadap Keputusan	an rumus Ferdinand yaitu jumlah indicator dikali 5 sampai 10 =21 dikali 5 =105 Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 105 konsumen yang membeli Lapis Kukus Pahlawan		

oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/ pelanggan (menurut Groonroos (dalam Qomariyah & H, 2015) Lokasi : Tempat perusahaan beroprasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (menurut Alma;2002)		Pelayanan, dan Lokasi, berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan	-Tempat -Lingkungan -Persaingan (Menurut Fandy Tjiptono (dalam Pratiwi 2019))	Pembelian Lapis Kukus Pahlawan			

pemecahan masalah pada kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan dibeli. (menurut Harper W. Boyd (dalam Qomariyah and H 2015)							

Dosen Pembimbing

Dra, Isti Istikhoro, M. Si.

Mahasiswa

Rahajeng Irna Sari

Lampiran 3

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 22 Juli 2020

Dosen Pembimbing

Siti Istikhoro, Dra., Msi
NIP: 19671019 199203 2001

Lampiran 4

SURAT BALASAN PENELITIAN

JOS GANDHOS
Mitra Resmi Lapis Kukus Pahlawan
Jl. Banda Rahmat No 420, Krian, Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur 61262

Sidoarjo, 14 Februari 2020

Kepada
Yth Sdr Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi
Buana Surabaya
Di
TEMPAT

Nomor :
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Keterangan Pengambilan Data Penelitian

Menindaklanjuti Surat Saudara pada tanggal 09 Februari 2020 dengan Nomor :

perihal ijin penelitian dan pengambilan data di Mitra Resmi Lapis Kukus Pahlawan Jos Gandhos Krian, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang berketerangan dibawah ini :

Nama : Rahajeng Irna Sari
NIM : 161500137
Jurusan : Manajemen- Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dapat melakukan penelitian dan pengambilan data di Mitra Resmi Lapis Kukus Pahlawan Jos Gandhos Krian untuk keperluan data skripsi.

Demikian surat ini dibuat gar dapat dipergunakan sebagai mestinya, dan atas perhatiannya disampaikan trima kasih.

Sidoarjo, 14 Februari 2020
Pemilik Mitra Resmi Lapis Kukus
Pahlawan Jos Gandhos

AHMAD ARWANI

Lampiran 5

DAFTAR HADIR UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XIII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : http://www.fe.unipasby.ac.id

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini _____ tanggal 25 bulan Februari tahun 2020 bertempat di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap *) Tahun Akademik 20___/20

Nama Mahasiswa	:	Rahajeng Irna Sari
NIM	:	161500137
Program Studi	:	Manajemen
Judul Proposal	:	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan (studi empiris pada outlet Jos Gandhos di Krian)

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	161500062	Vera Dwi Wijayanti	
2	161500245	Nur Mala Sari	
3	161500199	Wenty Febby . F	
4	161500214	Ari Reptya C.S.	
5	161500169	Dwi Faridatul Umma	
6	161500163	Uswatun Chasanah	
7	161500156	Bagus Wahyudi Putra.	
8	161500162	Reza Ardiansyah	
9	161500024	Syekhri Al Kafri	
10	161500232	Jesia Geriveronika	
11	161500014	Monica Geraldine	
12	161500121	Abdul Manan	
13	161500026	Irsan Dwi Pramana . P.	
14	161500153	Hasti Husna	
15	161500138	Dwi Aina Luzpia	

Surabaya, 25 Februari 2020

Penguji : ..... ( )

Pembimbing : Dra. Siti Ishikhoro, M.Si ( )

Lampiran 6

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI EMPIRIS PADA OUTLET JOS GANDHOS DI KRIAN)

PENGANTAR

Dalam rangka memenuhi Tugas Akhir (Skripsi), maka bersama ini saya selaku peneliti dari Universitas PGRI Adi Buana Surabaya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk memberikan dukungan kepada kami dengan mengisi kuesioner seperti dibawah ini. Saya selaku peneliti akan menjaga kerahasiaan identitas dan pendapat yang terdapat dalam kuesioner ini. Atas kesediaan dan kepercayaannya, saya mengucapkan banyak terimakasih.

IDENTITAS RESPONDEN

1) Jenis kelamin : a). Laki-laki ◯
   b). Perempuan ◯

2) Usia : a). < 20 tahun ◯
   b). 21-35 tahun ◯
   c). 36-50 tahun ◯
   d). > 51 tahun ◯

3) Pendidikan Terakhir : a). SD ◯
   b). SMP ◯
   c). SMA ◯
   d). D3/S1/S2 ◯

A. PETUNJUK PENGISIAN

1) Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan atau pernyataan dan pilihlah jawaban menurut pendapat Bapak/Ibu/Saudara dan yang paling sesuai dengan keadaan.
2) Berilah tanda centang (√) pada pilihan jawaban Bapak/Ibu/Saudara kehendaki pada kolom yang dianggap paling sesuai.
3) Identitas dan isi jawaban dijaga kerahasiaannya.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju
S = Setuju
RG = Ragu-ragu
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

B. DAFTAR PERNYATAAN

1. HARGA

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
Keterjangkauan harga						
1	Harga produk bervariasi sesuai dengan varian rasanya.					
2	Harga Lapis Kukus Pahlawan Surabaya sangat terjangkau.					
Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga						
3	Harga Lapis Kukus Pahlawan Surabaya sangat terjangkau untuk semua kalangan.					
4	Harga Lapis Kukus Pahlawan Surabaya sesuai dengan keunggulan yang telah ditawarkan.					
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
5	Harga Lapis Kukus Pahlawan Surabaya sesuai dengan rasa					

	yang diinginkan.					
6	Harga Lapis Kukus Pahlawan Surabaya seusai dengan kualitas yang didapatkan konsumen.					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
7	Harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen.					
8	Harga dan manfaat yang didapatkan lebih banyak dibandingkan dengan produk lainnya.					

2. KUALITAS PRODUK

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
Kinerja (*Performance*)						
1	Lapis Kukus Pahlawan Surabaya menyediakan rasa yang lebih enak dibandingkan produk lain.					
2	Lapis Kukus Pahlawan Surabaya memiliki varian rasa yang menarik untuk dicoba.					
Fitur (*feature*)						
3	Lapis Kukus Pahlawan Surabaya memiliki tekstur yang lebut saat dimakan.					
4	Lapis Kukus Pahlawan Surabaya memiliki aroma yang menggiurkan.					
Kesesuaian dengan spesifikasi						
5	Lapis Kukus Pahlawan Surabaya disajikan sesuai dengan kebutuhan dan					

	keinginan pelanggan.					
6	Rasa yang diberikan sesuai dengan tampilan visualnya.					
Ketahanan (*Durability*)						
7	Lapis Kukus Pahlawan Surabaya memiliki masa kadaluarsa yang cukup lama.					
8	Memiliki aroma dan tekstur yang tahan lama.					
Keandalan (*Realibility*)						
9	Lapis Kukus Pahlawan Surabaya yang diberikan aman untuk dikonsumsi.					
10	Lapis Kukus Pahlawan Surabaya merupakan makan yang higienis.					
Serviceability						
11	Pelayanan yang diberikan sangat baik.					
12	Ketersediaan produk yang dibutuhkan cukup banyak.					
Estetika (*Esthetica*)						
13	Produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan standart kelayakan produk.					
14	Produk Lapis Kukus Pahlawan Surabaya memiliki ciri khas tersendiri.					
Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)						
15	Informasi produk Lapis Kukus Pahlawan Surabaya yang disampaikan sesuai engan kualitas produk.					
16	Saya merasa tidak ada keluhan selama					

	mengkonsumsi produk Lapis Kukus Pahlawan Surabaya.					

3. KUALITAS PELAYANAN

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
Berwujud (*Tangible*)						
1	Outlet Jos Gandhos di Krian memiliki layout toko yang cukup menarik.					
2	Ruangannya bersih, rapi dan terdapat fasilitas hiburan yang bagus untuk hiburan.					
Empati (*Empathy*),						
3	Karyawan menanggapi keluhan konsumen dengan cepat tanggap serta sabar.					
4	Karyawan memiliki kepekaan dalam memahami setiap keinginan pelanggan.					
Keandalan (*Reliability*)						
5	Karyawan selalu memberikan informasi yang tepat.					
6	Ketepatan dalam membuat pesanan konsumen cukup baik.					
Daya tanggap (*Responsiveness*)						
7	Karyawan cukup sigap dalam menangani kebutuhan konsumen di Outlet Jos Gandhos Krian.					
8	Karyawan sangat sigap dalam menangani keluhan konsumen di Outlet Jos Gandhos Krian.					

Jaminan (*Assurance*)						
9	Pengetahuan karyawan tentang produk di Outlet Jos Gandhos Krian cukup luas.					
10	Karyawan selalu ramah dalam berkomunikasi dengan pelanggan.					

4. LOKASI

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
Akses						
1	Akses menuju Outlet Jos Gandhos di Krian sangat mudah.					
2	Outlet Jos Gandhos di Krian memiliki lokasi yang banyak dilalui alat transportasi.					
Visibilitas						
3	Outlet Jos Gandhos di Krian memiliki posisi letak yang cukup strategis.					
4	Letak dan gedung Outlet Jos Gandhos di Krian sangat mudah untuk ditemukan.					
Tempat						
5	Outlet Jos Gandhos di Krian memiliki tempat parkir yang cukup aman dan luas.					
6	Outlet Jos Gandhos di Krian memiliki banyak cabang ditempat lain.					
Lingkungan						
7	Kondisi lingkungan Outlet Jos Gandhos di Krian cukup bersih dan rapi.					

8	Anda merasa aman dan nyaman dengan lingkungan Outlet Jos Gandhos di Krian.					
Persaingan						
9	Outlet Jos Gandhos di Krian terletak dipusat perbelanjaan oleh-oleh.					
10	Outlet Jos Gandhos di Krian dekat dengan pusat keramaian.					

5. KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
Pilihan Produk						
1	Saya memutuskan membeli produk Lapis Kukus Pahlawan Surabaya karena produknya bagus dan memiliki ciri khas tersendiri.					
2	Saya menyukai produk Lapis Kukus Pahlawan Surabaya karena memiliki berbagai varian rasa.					
Pilihan Merk						
1	Lapis Kukus Pahlawan Surabaya merupakan produk andalan saya.					
2	Lapis Kukus Pahlawan Surabaya merupakan produk yang dapat dipercaya.					
Pilihan Penyalur						
1	Saya akan merekomendasikan Lapis Kukus Pahlawan Surabaya kepada teman dan keluarga saya untuk membeli					

	produk tersebut.					
2	Saya tertarik membeli Lapis Kukus Pahlawan Surabaya karena informasi yang saya terima dari sumber terdekat.					
Waktu Pembelian						
1	Saya membeli produk Lapis Kukus Pahlawan Surabaya untuk oleh-oleh keluarga atau teman sesuai dengan kebutuhan.					
2	Pembelian paling sering dilakukan pada saat weekend.					
Jumlah Pembelian						
1	Pelanggan umumnya membeli Lapis Kukus Pahlawan Surabaya lebih dari satu varian.					
2	Sering membeli Lapis Kukus Pahlawan Surabaya sebagai camilan keluarga.					

Lampiran 7

REKAPITULASI TABEL SKOR JAWABAN RESPONDEN

No Responden	X1	X2	X3	X4	Y
Resp. 1	50	80	46	43	50
Resp. 2	40	80	46	40	40
Resp. 3	43	76	44	41	43
Resp. 4	45	80	44	42	45
Resp. 5	30	80	40	12	30
Resp. 6	50	77	40	43	50
Resp. 7	46	70	45	44	46
Resp. 8	37	70	43	40	37
Resp. 9	50	72	38	42	50
Resp. 10	47	67	41	38	47
Resp. 11	44	67	39	37	44
Resp. 12	42	68	42	42	42
Resp. 13	50	74	37	47	50
Resp. 14	50	65	44	43	50
Resp. 15	45	63	41	40	45
Resp. 16	43	68	38	42	43
Resp. 17	44	72	38	44	44
Resp. 18	44	71	39	45	44
Resp. 19	42	68	45	42	42
Resp. 20	50	80	36	42	50
Resp. 21	38	72	34	32	38
Resp. 22	46	66	37	41	46
Resp. 23	38	69	42	41	38
Resp. 24	42	66	39	42	42
Resp. 25	41	70	39	42	41
Resp. 26	50	71	43	36	50
Resp. 27	41	64	36	42	41
Resp. 28	34	64	35	44	34
Resp. 29	38	61	35	40	38
Resp. 30	41	66	37	41	41

Resp. 31	42	60	42	41	42
Resp. 32	38	78	35	40	38
Resp. 33	39	67	43	43	39
Resp. 34	37	74	41	32	37
Resp. 35	39	48	43	40	39
Resp. 36	34	70	43	27	34
Resp. 37	38	65	22	46	38
Resp. 38	35	80	37	41	35
Resp. 39	40	65	39	44	40
Resp. 40	37	69	39	49	37
Resp. 41	39	48	37	36	39
Resp. 42	33	64	39	45	33
Resp. 43	43	68	39	33	43
Resp. 44	39	66	41	45	39
Resp. 45	41	60	37	43	41
Resp. 46	39	65	39	43	39
Resp. 47	39	71	39	35	39
Resp. 48	38	67	41	45	38
Resp. 49	35	65	44	46	35
Resp. 50	40	72	42	35	40
Resp. 51	37	70	35	50	37
Resp. 52	40	63	43	47	40
Resp. 53	35	66	41	44	35
Resp. 54	41	63	43	44	41
Resp. 55	41	69	43	46	41
Resp. 56	44	65	39	48	44
Resp. 57	33	62	30	38	33
Resp. 58	36	63	46	12	36
Resp. 59	45	68	41	43	45
Resp. 60	42	80	41	48	42
Resp. 61	42	80	36	42	42
Resp. 62	37	68	40	47	37
Resp. 63	40	65	40	41	40
Resp. 64	41	65	38	44	41
Resp. 65	42	72	41	43	42

Resp. 66	37	77	42	46	37
Resp. 67	41	63	50	43	41
Resp. 68	41	77	45	42	41
Resp. 69	44	69	44	42	44
Resp. 70	38	66	50	40	38
Resp. 71	38	65	39	43	38
Resp. 72	38	72	37	40	38
Resp. 73	44	64	43	44	44
Resp. 74	44	72	45	47	44
Resp. 75	44	75	47	41	44
Resp. 76	41	66	46	41	41
Resp. 77	41	68	46	35	41
Resp. 78	40	64	40	48	40
Resp. 79	41	66	48	41	41
Resp. 80	41	69	45	43	41
Resp. 81	45	76	46	46	45
Resp. 82	50	73	42	42	50
Resp. 83	50	70	37	44	50
Resp. 84	35	48	43	46	35
Resp. 85	46	71	45	41	46
Resp. 86	43	79	45	38	43
Resp. 87	45	80	41	40	45
Resp. 88	40	80	48	41	40
Resp. 89	42	63	44	37	42
Resp. 90	50	67	45	44	50
Resp. 91	41	70	41	43	41
Resp. 92	47	80	40	43	47
Resp. 93	39	69	36	48	39
Resp. 94	43	74	43	41	43
Resp. 95	40	65	41	47	40
Resp. 96	40	72	42	42	40
Resp. 97	30	63	40	47	30
Resp. 98	46	62	50	46	46
Resp. 99	41	80	41	44	41
Resp. 100	46	72	40	39	46

Resp. 101	43	70	40	47	43
Resp. 102	46	73	45	43	46
Resp. 103	45	75	45	37	45
Resp. 104	38	80	43	50	38
Resp. 105	50	67	42	46	50

Lampiran 8

OUTPUT PENGOLAHAN DATA SPSS

OUTPUT SPSS

UJI VALIDITAS
VARIABEL HARGA

Correlations

		X1.1.1	X1.1.2	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2	X1.4.1	X1.4.2	X1
X1.1.1	Pearson Correlation	1	,483**	,514**	,389**	,365**	,297**	,067	,211*	,614**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,002	,499	,031	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1.1.2	Pearson Correlation	,483**	1	,414**	,321**	,259**	,183	,243*	,328**	,594**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,008	,062	,013	,001	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1.2.1	Pearson Correlation	,514**	,414**	1	,342**	,290**	,168	,129	,309**	,591**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,003	,087	,191	,001	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1.2.2	Pearson Correlation	,389**	,321**	,342**	1	,499**	,368**	,440**	,398**	,713**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1.3.1	Pearson Correlation	,365**	,259**	,290**	,499**	1	,616**	,440**	,311**	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,008	,003	,000		,000	,000	,001	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1.3.2	Pearson Correlation	,297**	,183	,168	,368**	,616**	1	,475**	,415**	,688**
	Sig. (2-tailed)	,002	,062	,087	,000	,000		,000	,000	,000

	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1.4.1	Pearson Correlation	,067	,243*	,129	,440**	,440**	,475**	1	,596**	,655**
	Sig. (2-tailed)	,499	,013	,191	,000	,000	,000		,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1.4.2	Pearson Correlation	,211*	,328**	,309**	,398**	,311**	,415**	,596**	1	,686**
	Sig. (2-tailed)	,031	,001	,001	,000	,001	,000	,000		,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1	Pearson Correlation	,614**	,594**	,591**	,713**	,723**	,688**	,655**	,686**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105

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

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

VARIABEL KUALITAS PRODUK

Correlations

		X2.1.1	X2.1.2	X2.2.1	X2.2.2	X2.3.1	X2.3.2	X2.4.1	X2.4.2	X2.5.1	X2.5.2	X2.6.1	X2.6.2	X2.7.1	X2.7.2	X2.8.1	X2.8.2	X2
X2.1.1	Pearson Correlation	1	,724**	,533**	,242*	,289**	,224*	,232*	,129	,286**	,343**	,240*	,329**	,204*	,139	,290**	,300**	,598**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,013	,003	,021	,017	,189	,003	,000	,014	,001	,037	,157	,003	,002	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.1.2	Pearson Correlation	,724**	1	,644**	,337**	,350**	,171	,235*	,178	,231*	,293**	,257*	,363**	,167	,131	,250*	,264**	,607**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,081	,016	,070	,018	,002	,015	,000	,090	,184	,010	,006	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.2.1	Pearson Correlation	,533**	,641**	1	,436**	,301**	,105	,163	,155	,110	,246*	,131	,244*	,089	,128	,186	,203*	,516**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,002	,288	,096	,115	,262	,011	,182	,012	,364	,192	,058	,038	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.2.2	Pearson Correlation	,242*	,337**	,436**	1	,638**	,382**	,188	,197*	,268*	,203*	,143	,287**	,221*	,319**	,322**	,335**	,566**
	Sig. (2-tailed)	,013	,000	,000		,000	,000	,055	,044	,006	,038	,144	,003	,024	,001	,001	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.3.1	Pearson Correlation	,289**	,350**	,301**	,638**	1	,677**	,266**	,272*	,289**	,284**	,224*	,340**	,280**	,292**	,283**	,299**	,621**
	Sig. (2-tailed)	,003	,001	,002	,000		,000	,006	,005	,003	,003	,022	,000	,004	,002	,003	,002	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.3.2	Pearson Correlation	,224*	,171	,105	,382**	,677**	1	,322**	,383**	,367**	,314**	,291**	,309**	,282**	,178	,253**	,265**	,557**
	Sig. (2-tailed)	,021	,081	,288	,000	,000		,001	,000	,000	,001	,003	,001	,004	,069	,009	,006	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.4.1	Pearson Correlation	,232*	,235*	,163	,188	,266**	,322**	1	,611**	,256*	,370**	,343**	,414**	,170	,281**	,166	,179	,533**
	Sig. (2-tailed)	,017	,016	,096	,055	,006	,001		,000	,008	,000	,000	,000	,082	,001	,091	,068	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.4.2	Pearson Correlation	,129	,178	,155	,197*	,272*	,383**	,611**	1	,442**	,363**	,399**	,383**	,083	,266*	,120	,133	,515**
	Sig. (2-tailed)	,189	,070	,115	,044	,015	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,401	,006	,224	,175	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.5.1	Pearson Correlation	,286**	,231*	,110	,268*	,289**	,367**	,256**	,442**	1	,553**	,259*	,398**	,282**	,384**	,417**	,428**	,549**
	Sig. (2-tailed)	,003	,018	,262	,006	,003	,000	,008	,000		,000	,014	,043	,004	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.5.2	Pearson Correlation	,343**	,293**	,246*	,203*	,284**	,314**	,370**	,363**	,553**	1	,730**	,715**	,282**	,354**	,397**	,417**	,694**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,011	,038	,003	,001	,000	,000	,000		,000	,000	,004	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.6.1	Pearson Correlation	,240*	,257*	,131	,143	,224*	,291**	,343**	,399**	,259*	,730**	1	,703**	,296**	,296**	,409**	,408**	,632**
	Sig. (2-tailed)	,014	,015	,182	,144	,022	,003	,000	,000	,014	,000		,000	,002	,003	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.6.2	Pearson Correlation	,329**	,363**	,244*	,287**	,340**	,309**	,414**	,383**	,398**	,715**	,703**	1	,302**	,386**	,380**	,399**	,705**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,012	,003	,000	,001	,000	,000	,043	,000	,000		,002	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.7.1	Pearson Correlation	,204*	,167	,089	,221*	,280**	,282**	,170	,083	,282**	,282**	,296**	,302**	1	,683**	,735**	,723**	,581**
	Sig. (2-tailed)	,037	,090	,364	,024	,004	,004	,082	,401	,004	,004	,002	,002		,000	,000	,000	,000

	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.7.2	Pearson Correlation	,139	,131	,128	,319**	,292**	,178	,283**	,266**	,284**	,354**	,286**	,386**	,683**	1	,673**	,669**	,616**
	Sig. (2-tailed)	,157	,184	,192	,001	,002	,069	,005	,006	,000	,000	,003	,000	,000		,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.8.1	Pearson Correlation	,290**	,250*	,186	,322**	,283**	,253**	,166	,130	,417**	,397**	,409**	,360**	,735**	,675**	1	,987**	,688**
	Sig. (2-tailed)	,003	,010	,058	,001	,003	,009	,091	,224	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.8.2	Pearson Correlation	,300**	,264**	,203*	,335**	,299**	,265**	,179	,133	,428**	,417**	,408**	,399**	,721**	,689**	,987**	1	,705**
	Sig. (2-tailed)	,002	,006	,038	,000	,002	,006	,066	,175	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2	Pearson Correlation	,598**	,607**	,516**	,566**	,621**	,557**	,533**	,515**	,549**	,694**	,632**	,705**	,581**	,616**	,688**	,705**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105

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

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

VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

Correlations

		X3.1.1	X3.1.2	X3.2.1	X3.2.2	X3.3.1	X3.3.2	X3.4.1	X3.4.2	X3.5.1	X3.5.2	X3
X3.1.1	Pearson Correlation	1	,749**	,637**	,361**	,328**	,311**	,028	,077	,148	,081	,598**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,001	,001	,781	,437	,132	,411	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.1.2	Pearson Correlation	,749**	1	,647**	,381**	,353**	,344**	,158	,127	,160	,158	,663**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,106	,197	,103	,107	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.2.1	Pearson Correlation	,637**	,647**	1	,478**	,348**	,368**	,143	,183	,209*	,285**	,697**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,145	,061	,032	,003	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.2.2	Pearson Correlation	,361**	,381**	,478**	1	,529**	,635**	,198*	,253**	,061	,141	,658**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,043	,009	,537	,151	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.3.1	Pearson Correlation	,328**	,353**	,348**	,529**	1	,627**	,272**	,323**	,078	,032	,632**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000		,000	,005	,001	,430	,743	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.3.2	Pearson Correlation	,311**	,344**	,368**	,635**	,627**	1	,316**	,281**	,156	,210*	,692**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000		,001	,004	,113	,031	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.4.1	Pearson	,028	,158	,143	,198*	,272**	,316**	1	,622**	,482**	,211*	,587**

	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,781	,106	,145	,043	,005	,001		,000	,000	,031	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.4.2	Pearson Correlation	,077	,127	,183	,253**	,323**	,281**	,622**	1	,454**	,143	,593**
	Sig. (2-tailed)	,437	,197	,061	,009	,001	,004	,000		,000	,144	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.5.1	Pearson Correlation	,148	,160	,209*	,061	,078	,156	,482**	,454**	1	,146	,496**
	Sig. (2-tailed)	,132	,103	,032	,537	,430	,113	,000	,000		,138	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.5.2	Pearson Correlation	,081	,158	,285**	,141	,032	,210*	,211*	,143	,146	1	,417**
	Sig. (2-tailed)	,411	,107	,003	,151	,743	,031	,031	,144	,138		,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3	Pearson Correlation	,598**	,663**	,697**	,658**	,632**	,692**	,587**	,593**	,496**	,417**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105

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

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

VARIABEL LOKASI

Correlations

		X4.1.1	X4.1.2	X4.2.1	X4.2.2	X4.3.1	X4.3.2	X4.4.1	X4.4.2	X4.5.1	X4.5.2	X4
X4.1.1	Pearson Correlation	1	,552**	,447**	,492**	,417**	,361**	,313**	,314**	,223*	,179	,618**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,001	,001	,022	,068	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X4.1.2	Pearson Correlation	,552**	1	,519**	,407**	,360**	,432**	,364**	,412**	,287**	,273**	,655**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,003	,005	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X4.2.1	Pearson Correlation	,447**	,519**	1	,508**	,376**	,419**	,447**	,443**	,409**	,253**	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,009	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X4.2.2	Pearson Correlation	,492**	,407**	,508**	1	,573**	,534**	,309**	,350**	,357**	,240*	,697**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,001	,000	,000	,014	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X4.3.1	Pearson Correlation	,417**	,360**	,376**	,573**	1	,520**	,319**	,305**	,283**	,261**	,651**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,001	,002	,003	,007	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X4.3.2	Pearson Correlation	,361**	,432**	,419**	,534**	,520**	1	,579**	,500**	,386**	,347**	,740**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X4.4.1	Pearson	,313**	,364**	,447**	,309**	,319**	,579**	1	,714**	,493**	,535**	,735**

	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,001	,001	,000		,000	,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X4.4.2	Pearson Correlation	,314**	,412**	,443**	,350**	,305**	,500**	,714**	1	,632**	,584**	,764**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,002	,000	,000		,000	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X4.5.1	Pearson Correlation	,223*	,287**	,409**	,357**	,283**	,386**	,493**	,632**	1	,630**	,693**
	Sig. (2-tailed)	,022	,003	,000	,000	,003	,000	,000	,000		,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X4.5.2	Pearson Correlation	,179	,273**	,253**	,240*	,261**	,347**	,535**	,584**	,630**	1	,628**
	Sig. (2-tailed)	,068	,005	,009	,014	,007	,000	,000	,000	,000		,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X4	Pearson Correlation	,618**	,655**	,695**	,697**	,651**	,740**	,735**	,764**	,693**	,628**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105

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

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

VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN Y

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y2.1	Y2.2	Y3.1	Y3.2	Y4.1	Y4.2	Y5.1	Y5.2	Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	,570**	,431**	,324**	,364**	,225*	,157	,125	,136	,356**	,602**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000	,021	,110	,204	,166	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y1.2	Pearson Correlation	,570**	1	,456**	,298**	,328**	,303**	,202*	,177	,218*	,282**	,628**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,002	,001	,002	,038	,071	,026	,004	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y2.1	Pearson Correlation	,431**	,456**	1	,270**	,171	,190	,370**	,199*	,233*	,204*	,570**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,005	,080	,053	,000	,042	,017	,037	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y2.2	Pearson Correlation	,324**	,298**	,270**	1	,592**	,378**	,200*	,152	,117	,261**	,621**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002	,005		,000	,000	,041	,123	,233	,007	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y3.1	Pearson Correlation	,364**	,328**	,171	,592**	1	,696**	,206*	,164	,172	,314**	,696**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,080	,000		,000	,035	,095	,079	,001	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y3.2	Pearson Correlation	,225*	,303**	,190	,378**	,696**	1	,279**	,137	,114	,405**	,652**
	Sig. (2-tailed)	,021	,002	,053	,000	,000		,004	,165	,247	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y4.1	Pearson Correlation	,157	,202*	,370**	,200*	,206*	,279**	1	,425**	,388**	,223*	,571**
	Sig. (2-tailed)	,110	,038	,000	,041	,035	,004		,000	,000	,022	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y4.2	Pearson Correlation	,125	,177	,199*	,152	,164	,137	,425**	1	,723**	,041	,517**
	Sig. (2-tailed)	,204	,071	,042	,123	,095	,165	,000		,000	,681	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105

Y5.1	Pearson Correlation	,136	,218*	,233*	,117	,172	,114	,388**	,723**	1	,239*	,546**
	Sig. (2-tailed)	,166	,026	,017	,233	,079	,247	,000	,000		,014	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y5.2	Pearson Correlation	,356**	,282**	,204*	,261**	,314**	,405**	,223*	,041	,239*	1	,559**
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,037	,007	,001	,000	,022	,681	,014		,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y	Pearson Correlation	,602**	,628**	,570**	,621**	,696**	,652**	,571**	,517**	,546**	,559**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105

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

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

UJI RELIABILITAS
VARIABEL HARGA

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,813	8

VARIABEL KUALITAS PRODUK

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,882	16

VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,799	10

VARIABEL LOKASI

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,875	10

VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,799	10

UJI ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,08331068
Most Extreme Differences	Absolute	,048
	Positive	,048
	Negative	-,043
Test Statistic		,048
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.

UJI AUTOKORELASI

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,439[a]	,193	,161	4,16418	2,100

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1
b. Dependent Variable: Y

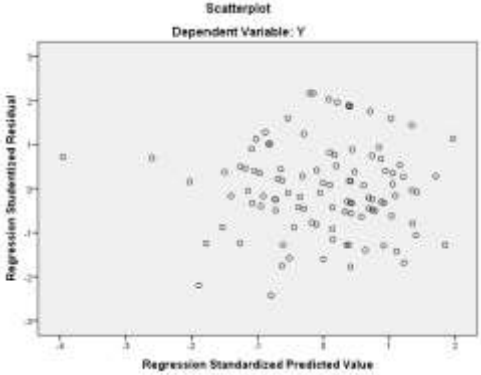
UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,182	6,902		1,330	,186		
	X1	,244	,095	,236	2,564	,012	,950	1,053
	X2	,130	,063	,190	2,055	,043	,947	1,056
	X3	,210	,099	,192	2,126	,036	,987	1,013
	X4	,160	,072	,202	2,231	,028	,983	1,017

a. Dependent Variable: Y

UJI HETEROSKEDASTISITAS



ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,182	6,902		1,330	,186		
	X1	,244	,095	,236	2,564	,012	,950	1,053
	X2	,130	,063	,190	2,055	,043	,947	1,056
	X3	,210	,099	,192	2,126	,036	,987	1,013
	X4	,160	,072	,202	2,231	,028	,983	1,017

a. Dependent Variable: Y

UJI T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,182	6,902		1,330	,186		
	X1	,244	,095	,236	2,564	,012	,950	1,053
	X2	,130	,063	,190	2,055	,043	,947	1,056
	X3	,210	,099	,192	2,126	,036	,987	1,013
	X4	,160	,072	,202	2,231	,028	,983	1,017

a. Dependent Variable: Y

UJI F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	414,192	4	103,548	5,972	,000[b]
	Residual	1734,036	100	17,340		
	Total	2148,229	104			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

Lampiran 9

DOKUMENTASI

Lampiran 10

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rahajeng Irna Sari
NIM : 161500137
Program Studi : Manajemen
Tanggal Ujian Skripsi : 06 Agustus 2020
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kulaitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan (studi empiris pada outlet Jos Gandhos di Krian)
Dosen Penguji : 1. Drs. R. Bambang Dwi W, S.E., M.M
2. Dr. Moh. Afrizal Miradji. S.E., Ak. M.SA., CA

No	Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf Penguji	
			Penguji I	Penguji II
1	19-08-2020	BAB I Pendahuluan		
2	19-08-2020	Matrik		
3	19-08-2020	BAB III Populasi		
4	19-08-2020	Kerangka Konseptual		
5	19-08-2020	Analisis Regresi Linier Berganda		
6	19-08-2020	BAB IV Pembahasan		

Mengetahui,

Dosen Penguji I,

Drs. R. Bambang Dwi W, S.E., M.M
NIP: 195605291983091001

Dosen Penguji II,

Dr. Moh Afrizal Miradji. S.E., Ak., M.SA., CA
NPP: 1509745 / DY