

DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, Mehdi, Reza A. Ghassemi, dan Leila N. Vosta. 2014. *Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company*. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, Vol. 143, No. 71, Hal: 822-826.
- Adisaputro, 2014. *Manajemen Pemasaran, Analisis untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Ali. Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Balakrishnan, Bamini, Mohd I. Dahnil dan Wong J.Yi. 2014. *The Impact of Social Media Marketing Medium Toward Purchase Intention and Brand Loyalty Among Generation Y* . *Journal of Social and Behavioral Sciences*, Vol. 148, No. 23, Hal: 177-185.
- Bennion, M. & Scheule, B. (2004). *Introductory Foods* (12th ed.). USA: Pearson prentice Hall.
- Bilson. Simamora. 2011. *Riset Pemasaran*, Cetakan Pertama, Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Crawford, Merle dan Anthony Di Benedetto. (2011). *New Product Management Tenth Edition*. New York: Mc. Graw Hill.
- David, Fred R, 2011. *Strategic Management*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta.
- Dewi, S.T. 2006. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. (Studi pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan. *Tesis*. Program Studi Magister Manajemen. Program Pasca Sarjana. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ekasari, Novita. 2014. Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, Vol. 16, No. 2, Hal: 81-102.
- Fontana, Avanti. 2011. *Inovate We Can!*. Jakarta: PT. Gramedia
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarno, Indiryono. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ketiga, Edisi kedua. Yogyakarta: BPFE.
- Gurnelius, S. (2011). *30-minute Sosial Media Marketing*. USA: McGraw-Hill Co.
- Kotler, Philip dan Keller, Kelvin Lane. (2012). *Marketing Management, Thirteenth Edition*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler and Keller. 2016. *Marketing Management*. Pearson: Prentice hall
- Kshetri, Anita and Bidyanand Jha. 2016. "Online Purchase Intention : A Study of Automobile Sector in India". *Rev. Integr. Bus. Econ. Res.* Vol. 5 No.3, p.35-59.
- Lukam Hakim, 2014, *Dasar-Dasar Manajemen*, Surakarta, Jasmine.
- Madahi, Abdolrazagh dan Inda Sukati. 2012. "The Effect of External Factors on Purchase Intention Amongst Young Generation in Malaysia". *International Business Research*. Vol. 5 No.8, p. 153-159.

- Maoyan *et al.* 2014. "Consumer Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing". *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 5 No.10 (1), p. 92-97.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif. Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Edisi Revisi 2. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung; Simbiosis Rekatama Media
- Nemati, et. al. (2010). *Impact of Innovation on Customer Satisfaction and Brand Loyalty, A study of Mobile Users in Pakistan*. *European Journal of Social*
- Pearce, John A and Richard B. Robinson, 2012, *Strategic Management, Planning for Domestic & Global Competition*, New York: McGraw-Hill.
- Rachim, Taufik and Iwan Setiawan. April 2014. *The Effects of Product Attributes and Pricing Policy to Netbook Purchase Decision: (Case Study of Universitas Widyatama Students)*. **International Journal of Science and Research (IJSR)**. ISSN (Online): 2319-7064. Volume 3. Page: 522-527.
- Ratna Kusumawati 2010. "Pengaruh Karakteristik Pipinan dan INovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 5 No.9, April 2010.
- Santoso, Singgih. 2007. *Statistik Deskriptif: Konsep dan Aplikasi dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta : Kencana.
- Setiawan, Edhie Budi. 2015. "Quality nd Purchase Intention Perceived Value towards Low Cost Energy-Saving Cars". *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*. Vol. 02 No.01, p. 107-118.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif KUalitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto. Limakrisna, Nandan, 2011, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Susanto, A.B., R. Masri Sareb Putra. (2010). *60 management gems*. Jakarta.
- Tamamudin, 2012. Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina). *Jurnal Penelitian* Vol. 9, No. 2, November 2012. Hlm. 283-300
- Van Vliet, Vincent. 2014. *AIDA Model*. <http://www.toolshero.com> diakses pada tanggal 4 November 2016 pada jam 21.15 dari <http://www.toolshero.com/marketing/aidamodel/>
- Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Asti Prastiwi
2. NIM : 151500187
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Mengajukan Skripsi : Oktober 2018
5. Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk dan Media Sosial Terhadap Minat Beli di Café Frut's 99 Surabaya.
6. Dosen Pembimbing : Dr. Fachrudiy Asj'ari., M.M
7. Konsultasi :

No.	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/Kegiatan
1.	19 Oktober 2018		Revisi judul
2.	26 Oktober 2018		ACC Judul
3.	10 November 2018		Revisi Bab 1
4.	11 November 2018		Revisi bab 1
5.	12 November 2018		ACC Bab1
6.	20 Desember 2018		Revisi Bab 2
7.	15 Januari 2019		ACC Bab 2
8.	03 Februari 2019		Revisi bab 3
9.	08 Februari 2019		ACC Bab 3
10.	10 Februari 2019		Revisi Kuisisioner

11.	12 Februari 2019		ACC Kuisisioner
12.	04 Juli 2019		Revisi Bab 4&5
13.	05 Juli 2019		ACC Bab 4%5
14.	11 Juli 2019		Artikel Revisi
15.	11 Juli 2019		Artikel ACC

8. Tanggal selesai menulis skripsi : 11 Juli 2019

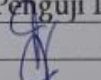
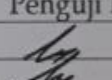
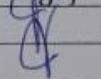
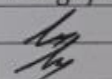
Surabaya, 19 Juli 2019
Dosen Pembimbing,



Dr. Fachrudy As'ari, M.M
NIP/NPP: 1202612/ DY

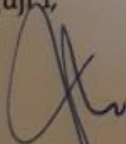
BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Asti Prastiwi
2. NIM : 151500187
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Pengajuan Skripsi : 22 Oktober 2018
5. Judul Skripsi : Inovasi Produk dan Media Sosial Terhadap Minat Beli di Cafe Frut's 99 Surabaya
Dosen Penguji : 1. Dra. Martha S. S.E., M.Ak
2. Bayu Adi, SE. MSA, Ak

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	Ket	TTD Penguji I	TTD Penguji II
1.	08/08/2019	Bab II-III	Acc		
2.	08/08/2019	Bab IV-V	Acc		

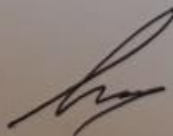
Surabaya, 08 Agustus 2019

Penguji I,



Dra. Martha Suhardiyah, S.E., M.Ak
NPP : 8602112/ DY

Penguji II,



Bayu Adi, SE. MSA, Ak
NPP : 1108957/ DY

KUESIONER

A. Identitas responden

1. Umur :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

B. Petunjuk pengisian

Berilah tanggapan anda mengenai pernyataan dibawah ini dengan memberi tanda checkmark (✓) pada salah satu kolom jawaban.

C. Keterangan :

Sangat Setuju	(SS)
Setuju	(S)
Netral	(N)
Tidak Setuju	(ST)
Sangat Tidak Setuju	(STS)

Lembar Kuesioner

NO	PERNYATAAN	KETERANGAN				
		SS	S	N	TS	STS
	Perluasan Lini Produk					
1.	Menurut saya, produk Café fru't's 99 dapat bersaing dengan produk yang ada di segmen pasar					
2.	Saya merasa Produk yang ditawarkan Café Fru't's 99 tidak dapat bersaing di segmen pasar					
	Produk Baru					
1.	Menurut saya, Café Fru't's 99 memodifikasi produk pada tampilan dan rasa.					
2.	Saya merasa, Modifikasi produk di Café Fru't's 99 tidak dapat diterima oleh konsumen					
	Produk Benar-benar Baru					
1.	Menurut saya, Café Fru't's 99 memiliki peluang besar dengan menciptakan produk baru (Fruity Pancake, Lumpia Buah)					
2.	Menurut saya, Café fru't's 99 tidak memiliki peluang besar pada produknya. (Fruity Pancake dan Lumpia Buah)					
	Relationship					

1	Akun sosial media Café Frut's 99 mempermudah saya mengetahui dari jarak jauh					
2.	Saya merasa kesulitan dalam mencari informasi di akun sosial media Café Frut's 99.					
Komunikasi						
1.	Menurut saya, karyawan di Café Frut's 99 bersikap ramah dan sopan.					
2.	Saya merasa tidak nyaman dengan sikap karyawan di Café Frut's 99.					
Interaksi Pasca Pembelian						
1.	Saya merasa puas dengan menu yang tersedia di Café Frut's 99.					
2.	Menurut saya, menu yang disediakan oleh Café Frut's 99 tidak membuat saya puas .					
Format Informasi						
1.	Saya merasa pengambilan foto dan video dalam akun sosial media café Frut's 99 membuat saya tertarik					
2.	Saya tidak tertarik dengan foto dan video yang ada di akun sosial media Café frut's 99.					
Minat Transaksi						

1.	Saya tertarik untuk membeli menu makanan dan minuman di Café Frut's 99.					
2.	Saya tidak pernah tertarik untuk membeli menu makanan dan minuman di Café Frut's 99.					
Minat Refrensi						
1.	Saya bersedia merekomendasikan ke kerabat dan teman saya.					
2.	Saya tidak bersedia untuk merekomendasikan café ini ke kerabat dan teman saya.					
Minat Preferensial						
1.	Pengembangan menu di Café Frut's 99 menambah selera kuliner saya					
2.	Menurut saya, pengembangan menu di café Frut's 99 tidak menambah selera kuliner saya					
Minat Eksploratif						
1.	Saya mencari informasi yang lengkap sebelum membeli produk di Café Frut's 99.					
2.	Saya tidak tertarik dengan informasi yang diberikan oleh Café Frut's 99.					



CAFÉ FRUT'S 99

Jl. Raya Ngagel Jaya No.86, RT.002/RW.03, Pucang Sewu, Kec.
Gubeng, Kota SBY, Jawa Timur 60283
Telp. 081332309188

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No. 08/BCK/VI/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dedik Setiyawan
Jabatan : Owner Café Frut's 99 Surabaya

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Asti Prastiwi
NIM: : 15-150-0187
Fak/Prodi : Ekonomi/Manajemen
Universitas : Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Telah selesai melakukan penelitian untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH INOVASI PRODUK DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DI CAFÉ FRUT'S 99 SURABAYA”**, pada bulan April s/d Juni 2019.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya, Terima kasih.





Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Fakultas Ekonomi
Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp-Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website: <http://www.fe.unipasby.ac.id>

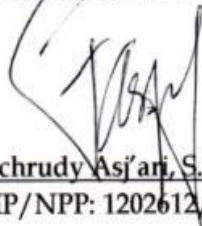
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR PROPOSAL

Judul : Pengaruh Inovasi Produk dan Media Sosial terhadap Minat Beli di Café fruit's 99 Surabaya
Nama Pembicara : Asti Prastiwi
NIM : 151500187
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen
Angkatan : 2015
Dosen Pembimbing : Dr. Fachrudiy Asj'ari, S.Psi., M.M

No	NAMA	NIM	PRODI	TANDA TANGAN
1.	M Mughtor.F	15-150-0225	Manajemen	1.
2.	A. FAHRI H	15-150-0245	"	2.
3.	AZIZAH NARI	15-150-069	"	3.
4.	Lima wachyu	15-150-0260	"	4.
5.	Theopilus Arel S	15-150-0177	"	5.
6.	ARUNG MARUF	15-150-0100	"	6.
7.	Nobilia Amalia	15-150-0072	"	7.
8.	M. Alfan Z.M	15-150-0174	"	8.
9.	Dian Wahyu I	15-150-0220	"	9.
10.	Amalia Eva. K	15-150-0441	"	10.
11.	FINGKI. A	15-150-022	"	11.
12.	Lailati Umayyah	15-150-0191	"	12.
13.	MAKRIFAH	15-150-0189	"	13.
14.	Siti Azzah	15-150-0145	"	14.
15.	NOVIA RISMA	15-150-0090	"	15.
16.	M. Amiluddin	15-150-0033	"	16.
17.	Nur Ari W	15-150-0110	"	17.

18.	Atika Rahma	15-150-077	manajemen		18.	<i>Atika</i>
19.	Dwi CAHYANING	15-150-0181	<i>u</i>	19.	<i>Dwi</i>	
20.	Sella Melty	15-150-0062	<i>u</i>		20.	<i>Yusuf</i>
21.	Hidayatul Imaniya	15-150-0147	<i>u</i>	21.	<i>Has</i>	
22.	Eluyana Nurma P.	15-150-0197	<i>u</i>		22.	<i>Has</i>
23.	Windhi Dwi	15-162-0118	<i>u</i>	23.	<i>Has</i>	
24.	Wahyuni Rizka	15-150-0216	<i>u</i>		24.	<i>Has</i>
25.	Melphi Kusuma	15-150-0073	<i>u</i>	25.	<i>Has</i>	
26.	THE RIZKY	15-150-0073	<i>u</i>		26.	Has
27.	RIRIN	15-150-0207	<i>u</i>	27.	<i>Has</i>	
28.	Rahim Pomaden	15-150-022	<i>u</i>		28.	<i>Has</i>
29.				29.		
30.					30.	

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Dr. Fachrudin Asj'ari, S.Psi., M.M
NIP/NPP: 1202612/ DY

LAMPIRAN DATA TABULASI INOVASI PRODUK (X1)

RESPONDEN	INOVASI PRODUK						TOTAL
	X1.1.1	X1.1.2	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2	
Resp_1	3	4	3	4	3	2	19
Resp_2	4	4	3	4	4	5	24
Resp_3	4	4	4	4	4	4	24
Resp_4	4	3	3	4	3	3	20
Resp_5	4	4	3	3	5	4	23
Resp_6	4	4	4	3	4	3	22
Resp_7	4	4	3	4	4	3	22
Resp_8	5	4	4	4	4	4	25
Resp_9	4	3	5	4	4	4	24
Resp_10	5	4	4	5	5	3	26
Resp_11	3	3	4	4	5	4	23
Resp_12	3	4	4	3	4	3	21
Resp_13	5	5	4	5	5	5	29
Resp_14	5	5	5	5	5	4	29
Resp_15	4	4	5	5	5	4	27
Resp_16	5	5	5	5	5	4	29
Resp_17	3	3	3	3	3	3	18
Resp_18	5	5	5	4	5	5	29
Resp_19	5	5	5	5	5	4	29
Resp_20	5	4	4	3	4	5	25
Resp_21	5	4	4	4	5	4	26
Resp_22	5	4	4	4	3	4	24
Resp_23	4	4	5	4	5	3	25
Resp_24	4	4	4	4	4	3	23

Resp_25	3	3	4	3	5	4	22
Resp_26	3	4	4	3	4	4	22
Resp_27	4	5	5	5	5	4	28
Resp_28	4	4	3	5	5	3	24
Resp_29	4	3	4	5	3	4	23
Resp_30	4	4	4	4	4	4	24
Resp_31	5	5	5	4	4	5	28
Resp_32	3	3	3	2	4	4	19
Resp_33	5	5	5	5	5	5	30
Resp_34	4	4	3	4	4	4	23
Resp_35	5	5	5	5	5	5	30
Resp_36	4	4	4	4	5	5	26
Resp_37	4	3	3	4	4	3	21
Resp_38	4	4	4	3	3	3	21
Resp_39	4	3	4	4	3	3	21
Resp_40	4	3	4	4	3	3	21
Resp_41	5	5	5	5	5	5	30
Resp_42	4	3	3	4	4	4	22
Resp_43	4	4	4	3	3	4	22
Resp_44	4	4	3	4	4	3	22
Resp_45	4	5	5	4	5	2	25
Resp_46	5	5	5	5	3	4	27
Resp_47	4	5	5	4	5	5	28
Resp_48	5	5	5	5	5	4	29
Resp_49	3	4	5	1	4	4	21
Resp_50	5	4	4	3	4	3	23
Resp_51	4	4	4	5	4	4	25
Resp_52	5	5	5	5	5	5	30
Resp_53	4	3	4	4	3	3	21

Resp_54	3	3	4	3	4	3	20
Resp_55	3	3	4	3	3	3	19
Resp_56	4	4	5	4	4	4	25
Resp_57	3	4	4	4	3	3	21
Resp_58	4	3	4	3	3	3	20
Resp_59	4	3	3	3	3	3	19
Resp_60	4	3	4	3	4	3	21
Resp_61	5	5	5	5	5	5	30
Resp_62	5	5	5	5	5	5	30
Resp_63	3	3	5	3	3	3	20
Resp_64	4	3	4	4	4	4	23
Resp_65	3	4	4	4	5	3	23
Resp_66	5	5	5	4	5	5	29
Resp_67	4	4	4	3	4	3	22
Resp_68	4	4	4	4	4	3	23
Resp_69	4	4	4	4	4	3	23
Resp_70	5	5	5	5	5	5	30
Resp_71	4	4	5	3	5	3	24
Resp_72	4	4	5	4	5	4	26
Resp_73	5	3	4	4	4	5	25
Resp_74	5	4	4	2	4	2	21
Resp_75	5	4	4	3	4	3	23
Resp_76	5	2	5	2	5	3	22
Resp_77	5	2	5	3	5	2	22
Resp_78	5	3	3	3	4	3	21
Resp_79	5	4	4	3	4	4	24
Resp_80	4	3	3	2	3	2	17
Resp_81	3	2	5	3	5	3	21
Resp_82	5	2	4	3	3	3	20

Resp_83	5	3	4	4	4	3	23
Resp_84	3	2	3	3	4	3	18
Resp_85	4	3	4	2	3	3	19
Resp_86	4	3	4	2	4	3	20
Resp_87	5	2	4	3	4	2	20
Resp_88	5	2	5	3	5	3	23
Resp_89	4	2	4	2	4	2	18
Resp_90	4	5	5	3	5	3	25
Resp_91	4	2	4	3	4	3	20
Resp_92	4	2	4	3	4	2	19
Resp_93	4	3	5	2	5	2	21
Resp_94	4	2	4	3	4	2	19
Resp_95	5	3	4	1	4	2	19
Resp_96	4	2	5	2	4	3	20
Resp_97	4	4	4	3	4	3	22
Resp_98	4	3	3	2	3	3	18
Resp_99	4	3	3	2	3	4	19
Resp_100	4	3	4	3	3	3	20
Resp_101	4	3	4	3	4	4	22
Resp_102	4	2	3	2	5	2	18
Resp_103	4	2	4	3	4	3	20
Resp_104	4	3	3	2	4	2	18
Resp_105	4	4	4	4	4	3	23
Resp_106	5	3	5	3	5	4	25
Resp_107	4	3	3	2	3	2	17
Resp_108	4	3	3	3	3	2	18
Resp_109	4	3	4	3	4	3	21
Resp_110	3	3	4	3	3	3	19

LAMPIRAN DATA TABULASI MEDIA SOSIAL (X2)

RESPONDEN	MEDIA SOSIAL								TOTAL
	X2.1.1	X2.1.2	X2.2.1	X2.2.2	X2.3.1	X2.3.2	X2.4.1	X2.4.2	
Resp_1	4	3	4	3	4	4	4	4	30
Resp_2	4	4	4	3	4	4	5	4	32
Resp_3	4	5	5	4	4	5	5	5	37
Resp_4	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Resp_5	4	5	4	5	4	4	5	5	36
Resp_6	4	4	4	4	4	3	4	4	31
Resp_7	4	4	4	4	4	4	5	4	33
Resp_8	3	3	3	3	2	3	4	4	25
Resp_9	4	4	4	4	5	5	4	5	35
Resp_10	4	4	4	3	4	4	4	4	31
Resp_11	5	5	4	5	4	3	3	5	34
Resp_12	4	3	4	4	4	4	4	3	30
Resp_13	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_14	4	4	4	3	4	4	5	5	33
Resp_15	4	5	5	4	5	5	5	5	38
Resp_16	5	5	5	4	5	5	5	5	39
Resp_17	5	4	5	4	4	5	5	4	36
Resp_18	5	3	4	3	4	4	3	5	31
Resp_19	4	4	4	4	3	4	4	4	31
Resp_20	3	4	4	2	4	3	3	4	27
Resp_21	5	5	5	5	5	4	5	5	39
Resp_22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_24	4	4	4	4	5	4	5	5	35

Resp_25	4	3	4	4	3	3	4	4	29
Resp_26	4	4	5	4	4	4	5	5	35
Resp_27	4	4	4	4	5	5	4	5	35
Resp_28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_29	4	4	3	3	5	5	4	5	33
Resp_30	4	4	3	4	4	4	4	4	31
Resp_31	5	5	5	4	5	5	5	5	39
Resp_32	3	3	3	3	4	4	3	4	27
Resp_33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_35	4	5	5	2	5	3	5	5	34
Resp_36	1	1	1	1	3	3	3	1	14
Resp_37	3	3	3	3	4	4	5	5	30
Resp_38	4	4	4	3	4	4	4	4	31
Resp_39	5	4	4	4	5	5	5	5	37
Resp_40	4	5	5	4	5	5	4	5	37
Resp_41	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_42	4	4	4	4	3	3	4	5	31
Resp_43	4	5	5	3	4	4	5	5	35
Resp_44	3	3	3	3	3	4	4	4	27
Resp_45	4	4	5	4	5	5	4	5	36
Resp_46	3	3	3	3	4	4	3	5	28
Resp_47	5	5	5	4	5	5	5	5	39
Resp_48	5	5	5	5	4	4	5	4	37
Resp_49	4	4	4	4	4	3	2	4	29
Resp_50	4	4	3	4	3	3	3	4	28
Resp_51	5	4	4	4	4	5	4	4	34
Resp_52	2	2	2	2	5	5	5	5	28
Resp_53	5	4	3	3	4	4	4	4	31

Resp_54	4	3	3	3	4	3	4	4	28
Resp_55	4	5	4	3	4	3	5	5	33
Resp_56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_57	3	3	4	3	3	3	3	4	26
Resp_58	4	3	3	4	3	3	3	3	26
Resp_59	3	3	3	4	3	3	3	4	26
Resp_60	4	3	3	3	4	4	4	4	29
Resp_61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_63	4	3	4	4	3	3	4	4	29
Resp_64	4	4	3	3	3	4	4	4	29
Resp_65	3	4	4	3	4	4	4	4	30
Resp_66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_68	3	3	3	3	4	4	4	5	29
Resp_69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_70	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_71	2	3	4	4	4	3	4	3	27
Resp_72	4	3	5	5	5	4	4	4	34
Resp_73	4	3	4	4	5	4	5	5	34
Resp_74	4	4	5	3	4	4	4	3	31
Resp_75	2	3	4	4	3	4	3	3	26
Resp_76	4	2	4	2	5	2	4	2	25
Resp_77	4	2	4	2	5	2	4	3	26
Resp_78	5	2	3	3	3	4	4	2	26
Resp_79	5	2	5	3	4	3	5	3	30
Resp_80	4	3	5	2	4	2	3	3	26
Resp_81	5	2	3	2	4	1	5	3	25
Resp_82	4	3	3	2	4	3	3	3	25

Resp_83	5	2	3	3	4	3	4	2	26
Resp_84	5	2	4	3	3	3	5	3	28
Resp_85	5	3	4	2	3	2	5	1	25
Resp_86	4	2	4	1	3	2	4	2	22
Resp_87	3	2	4	2	3	2	4	2	22
Resp_88	3	3	5	1	3	2	4	2	23
Resp_89	3	3	4	2	4	2	4	2	24
Resp_90	4	2	4	2	3	3	4	2	24
Resp_91	3	2	4	2	5	2	3	2	23
Resp_92	4	2	4	2	3	2	4	3	24
Resp_93	3	3	4	2	4	2	4	2	24
Resp_94	3	2	4	2	4	3	3	2	23
Resp_95	3	2	5	2	4	3	3	2	24
Resp_96	4	2	4	2	3	3	4	2	24
Resp_97	4	1	3	1	3	3	3	3	21
Resp_98	4	2	3	2	4	2	4	2	23
Resp_99	4	2	4	1	4	3	5	3	26
Resp_100	4	4	3	2	3	2	3	2	23
Resp_101	3	2	4	3	4	2	5	2	25
Resp_102	3	3	3	2	4	2	4	2	23
Resp_103	5	3	4	2	4	3	4	2	27
Resp_104	2	2	4	2	3	3	5	2	23
Resp_105	4	4	3	1	3	2	3	4	24
Resp_106	4	2	4	1	4	2	5	2	24
Resp_107	4	2	3	2	5	2	4	2	24
Resp_108	5	3	4	3	3	3	4	2	27
Resp_109	5	2	4	2	4	3	2	4	26
Resp_110	5	2	4	1	3	2	4	2	23

LAMPIRAN DATA TABULASI MINAT BELI (Y)

RESPONDEN	MINAT BELI								TOTAL
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
Resp_1	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_2	3	3	3	3	4	4	3	3	26
Resp_3	4	4	4	4	4	4	4	3	31
Resp_4	4	3	4	4	3	4	4	3	29
Resp_5	4	4	4	4	3	4	4	4	31
Resp_6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_7	3	3	4	5	3	4	3	3	28
Resp_8	4	5	5	5	4	4	4	5	36
Resp_9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_10	3	4	3	3	3	4	3	3	26
Resp_11	4	5	5	5	4	4	4	5	36
Resp_12	3	3	3	3	3	2	3	3	23
Resp_13	4	3	2	4	3	4	4	3	27
Resp_14	3	4	3	4	3	4	3	4	28
Resp_15	4	5	3	5	5	4	4	5	35
Resp_16	3	3	3	4	3	4	3	3	26
Resp_17	4	5	4	4	4	4	4	5	34
Resp_18	4	5	5	5	3	5	4	5	36
Resp_19	3	3	3	5	3	4	3	3	27
Resp_20	4	4	3	4	4	4	3	4	30
Resp_21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_23	3	3	4	3	3	2	3	3	24
Resp_24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_25	5	5	4	4	5	4	5	5	37

Resp_26	4	4	4	4	5	4	4	4	33
Resp_27	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_29	5	5	4	5	4	3	5	5	36
Resp_30	4	4	3	4	4	3	4	4	30
Resp_31	3	4	4	4	5	5	3	4	32
Resp_32	4	3	3	3	3	4	4	3	27
Resp_33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_34	3	3	4	5	4	4	3	3	29
Resp_35	3	2	3	3	3	5	3	2	24
Resp_36	5	3	3	4	3	3	5	3	29
Resp_37	3	3	3	4	3	3	3	3	25
Resp_38	3	3	3	4	4	2	3	3	25
Resp_39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_40	5	4	5	5	5	5	5	4	38
Resp_41	5	5	4	5	5	4	5	5	38
Resp_42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_43	4	5	3	4	3	4	4	5	32
Resp_44	4	4	4	4	3	4	4	4	31
Resp_45	4	3	4	5	4	4	4	3	31
Resp_46	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_48	3	3	3	2	3	4	3	3	24
Resp_49	4	5	4	5	4	4	4	5	35
Resp_50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_51	4	4	4	4	4	5	4	4	33
Resp_52	2	1	2	4	1	4	2	1	17
Resp_53	5	4	3	3	4	3	5	4	31
Resp_54	2	3	3	3	4	3	2	3	23

Resp_55	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_56	4	2	4	4	4	4	4	2	28
Resp_57	4	4	3	3	3	3	4	4	28
Resp_58	4	4	4	3	3	3	4	4	29
Resp_59	3	4	2	3	2	3	3	4	24
Resp_60	2	3	3	4	3	2	2	3	22
Resp_61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_63	4	4	4	4	3	3	4	4	30
Resp_64	4	3	4	4	3	3	4	3	28
Resp_65	4	3	4	3	4	3	4	3	28
Resp_66	3	4	3	4	3	3	3	4	27
Resp_67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_68	4	4	4	5	4	4	4	4	33
Resp_69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_70	3	3	3	3	3	2	3	3	23
Resp_71	3	4	4	5	4	3	3	4	30
Resp_72	5	4	3	3	4	4	5	4	32
Resp_73	4	4	4	4	5	5	4	4	34
Resp_74	5	4	5	4	3	3	5	4	33
Resp_75	5	5	5	5	4	3	5	5	37
Resp_76	2	2	3	2	4	2	2	2	19
Resp_77	4	2	3	2	4	2	4	2	23
Resp_78	3	3	3	2	4	2	3	3	23
Resp_79	4	2	5	3	3	3	4	2	26
Resp_80	4	3	4	3	4	2	4	3	27
Resp_81	5	3	4	2	4	3	5	3	29
Resp_82	4	3	5	3	4	1	4	3	27
Resp_83	5	2	3	3	4	2	5	2	26

Resp_84	4	2	4	3	3	3	4	2	25
Resp_85	4	3	4	2	3	3	4	3	26
Resp_86	4	2	5	3	3	2	4	2	25
Resp_87	3	3	3	2	4	2	3	3	23
Resp_88	3	2	3	2	3	2	3	2	20
Resp_89	4	2	3	2	3	2	4	2	22
Resp_90	3	2	3	2	3	2	3	3	21
Resp_91	4	2	3	2	3	2	4	2	22
Resp_92	4	2	4	3	4	2	4	2	25
Resp_93	4	2	4	5	4	3	4	2	28
Resp_94	4	2	3	2	3	3	4	3	24
Resp_95	4	3	3	4	4	3	4	3	28
Resp_96	3	2	3	2	3	3	3	2	21
Resp_97	4	3	3	3	3	3	4	3	26
Resp_98	4	3	4	3	3	3	4	3	27
Resp_99	4	2	5	2	4	2	4	2	25
Resp_100	4	3	4	3	3	3	4	3	27
Resp_101	4	2	4	2	2	3	4	2	23
Resp_102	5	2	3	2	4	2	5	2	25
Resp_103	4	3	4	2	4	2	4	3	26
Resp_104	4	2	4	3	4	3	4	2	26
Resp_105	5	2	3	3	4	3	5	2	27
Resp_106	4	2	5	2	4	2	4	2	25
Resp_107	5	2	4	3	3	3	5	2	27
Resp_108	3	2	4	2	3	2	3	2	21
Resp_109	3	2	4	2	3	3	3	2	22
Resp_110	3	2	4	2	3	2	3	2	21

LAMPIRAN DISTRIBUSI FREKUENSI JAWABAN
RESPONDEN VARIABEL INOVASI PRODUK (X1)

X1.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	16	14.5	14.5	14.5
	4.00	59	53.6	53.6	68.2
	5.00	35	31.8	31.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X1.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	14	12.7	12.7	12.7
	3.00	37	33.6	33.6	46.4
	4.00	39	35.5	35.5	81.8
	5.00	20	18.2	18.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X1.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	22	20.0	20.0	20.0
	4.00	54	49.1	49.1	69.1
	5.00	34	30.9	30.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X1.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.8	1.8	1.8
	2.00	14	12.7	12.7	14.5
	3.00	39	35.5	35.5	50.0
	4.00	36	32.7	32.7	82.7
	5.00	19	17.3	17.3	100.0
	Total		110	100.0	100.0

X1.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	25	22.7	22.7	22.7
	4.00	48	43.6	43.6	66.4
	5.00	37	33.6	33.6	100.0
	Total		110	100.0	100.0

X1.3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	15	13.6	13.6	13.6
	3.00	48	43.6	43.6	57.3
	4.00	31	28.2	28.2	85.5
	5.00	16	14.5	14.5	100.0
	Total		110	100.0	100.0

LAMPIRAN DISTRIBUSI FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN VARIABEL MEDIA SOSIAL (X2)

X2.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	4	3.6	3.6	4.5
	3.00	20	18.2	18.2	22.7
	4.00	58	52.7	52.7	75.5
	5.00	27	24.5	24.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X2.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.8	1.8	1.8
	2.00	24	21.8	21.8	23.6
	3.00	30	27.3	27.3	50.9
	4.00	35	31.8	31.8	82.7
	5.00	19	17.3	17.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X2.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	1	.9	.9	1.8
	3.00	26	23.6	23.6	25.5
	4.00	57	51.8	51.8	77.3
	5.00	25	22.7	22.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X2.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	8	7.3	7.3	7.3
	2.00	25	22.7	22.7	30.0
	3.00	29	26.4	26.4	56.4
	4.00	37	33.6	33.6	90.0
	5.00	11	10.0	10.0	100.0
	Total		110	100.0	100.0

X2.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	28	25.5	25.5	26.4
	4.00	55	50.0	50.0	76.4
	5.00	26	23.6	23.6	100.0
	Total		110	100.0	100.0

X2.3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	19	17.3	17.3	18.2
	3.00	32	29.1	29.1	47.3
	4.00	38	34.5	34.5	81.8
	5.00	20	18.2	18.2	100.0
	Total		110	100.0	100.0

X2.4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.8	1.8	1.8
	3.00	20	18.2	18.2	20.0
	4.00	53	48.2	48.2	68.2
	5.00	35	31.8	31.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X2.4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.8	1.8	1.8
	2.00	23	20.9	20.9	22.7
	3.00	15	13.6	13.6	36.4
	4.00	36	32.7	32.7	69.1
	5.00	34	30.9	30.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

LAMPIRAN DISTRIBUSI FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN VARIABEL MINAT BELI (Y)**Y.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.6	3.6	3.6
	3.00	30	27.3	27.3	30.9
	4.00	56	50.9	50.9	81.8
	5.00	20	18.2	18.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	26	23.6	23.6	24.5
	3.00	35	31.8	31.8	56.4
	4.00	31	28.2	28.2	84.5
	5.00	17	15.5	15.5	100.0
Total		110	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.7	2.7	2.7
	3.00	42	38.2	38.2	40.9
	4.00	48	43.6	43.6	84.5
	5.00	17	15.5	15.5	100.0
	Total		110	100.0	100.0

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	21	19.1	19.1	19.1
	3.00	31	28.2	28.2	47.3
	4.00	36	32.7	32.7	80.0
	5.00	22	20.0	20.0	100.0
	Total		110	100.0	100.0

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	2	1.8	1.8	2.7
	3.00	47	42.7	42.7	45.5
	4.00	47	42.7	42.7	88.2
	5.00	13	11.8	11.8	100.0
	Total		110	100.0	100.0

Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	23	20.9	20.9	21.8
	3.00	36	32.7	32.7	54.5
	4.00	38	34.5	34.5	89.1
	5.00	12	10.9	10.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.6	3.6	3.6
	3.00	31	28.2	28.2	31.8
	4.00	55	50.0	50.0	81.8
	5.00	20	18.2	18.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	24	21.8	21.8	22.7
	3.00	39	35.5	35.5	58.2
	4.00	29	26.4	26.4	84.5
	5.00	17	15.5	15.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

LAMPIRAN UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS VARIABEL INOVASI PRODUK (X1)

Correlations

		X1.1.1	X1.1.2	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2	TOTAL
X1.1.1	Pearson Correlation	1	.309**	.331**	.301**	.315**	.302**	.564**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.001	.001	.001	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X1.1.2	Pearson Correlation	.309**	1	.374**	.620**	.368**	.595**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X1.2.1	Pearson Correlation	.331**	.374**	1	.301**	.515**	.355**	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X1.2.2	Pearson Correlation	.301**	.620**	.301**	1	.336**	.563**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X1.3.1	Pearson Correlation	.315**	.368**	.515**	.336**	1	.350**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X1.3.2	Pearson Correlation	.302**	.595**	.355**	.563**	.350**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
TOTAL	Pearson Correlation	.564**	.801**	.646**	.775**	.655**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

.800

6

Y.5	Pearson	.486								
	Correlation	..	.505**	.459**	.406**	1	.353**	.477**	.501**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y.6	Pearson	.264								
	Correlation	..	.615**	.258**	.676**	.353**	1	.255**	.597**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.006	.000	.000		.007	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y.7	Pearson	.992								
	Correlation	..	.376**	.502**	.273**	.477**	.255**	1	.382**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.007		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y.8	Pearson	.392								
	Correlation	..	.983**	.352**	.683**	.501**	.597**	.382**	1	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
TOTAL	Pearson	.683								
	Correlation	..	.867**	.609**	.777**	.687**	.712**	.676**	.862**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110

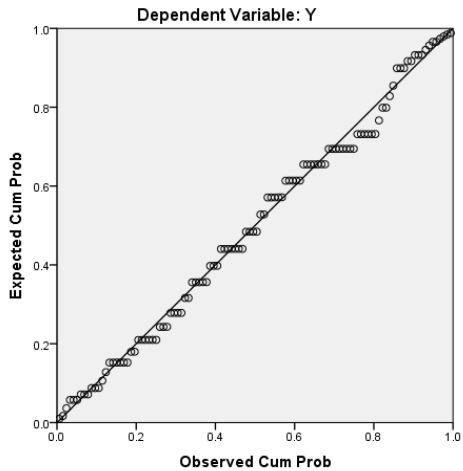
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	8

LAMPIRAN UJI NORMALITAS

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



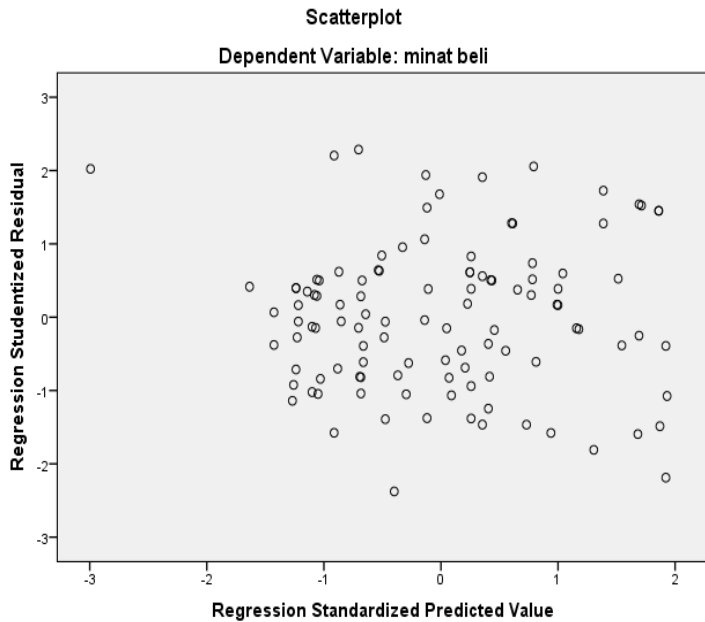
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.51791871
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.046
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.156 ^c

LAMPIRAN Uji MULTIKOLINIERITAS

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.758	1.319
	X2	.758	1.319

LAMPIRAN Uji HETEROSKEDASTISITAS



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	14.066	3.204			4.390	.000
media sosial	.508	.091	.521		5.564	.000
inovasi produk	-.028	.144	-.018		-.191	.849

a. Dependent Variable: minat beli

LAMPIRAN UJI AUTOKOLERASI**Model Summary^b**

Model	Durbin-Watson
1	2.013

LAMPIRAN UJI HIPOTESIS**Uji T****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	13.670	3.099			4.412	.000
X1	.000	.142	.000		.001	.999
X2	.500	.093	.513		5.381	.000

a. Dependent Variable: Y

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	794.309	2	397.155	19.100	.000 ^b
	Residual	2224.863	107	20.793		
	Total	3019.173	109			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

LAMPIRAN UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.513 ^a	.263	.249	4.55995

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	13.670	3.099			4.412	.000
	X1	.000	.142	.000	.001	.001	.999
	X2	.500	.093	.513	5.381	5.381	.000

a. Dependent Variable: Y

