

DAFTAR PUSTAKA

- Aminudin, L. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Store Atmosfir Terhadap Keputusan PembelianKonsumen Pada KFC Mega Mas Manado. *efisiensi*, 15(5).
- Anggraini, E. I., Hidayat, K., & Sunarti, S. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian (Survei pada Pembeli yang juga Menggunakan Kosmetik Wardah di Counter Wardah Matahari Department Store Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 73(1), 118124.
- Antika, Y., & Suprianto, B. (2016). Pengembangan media pembelajaran berbasis prezi sebagai upaya meningkatkan hasil belajar siswa kompetensi dasar aplikasi rangkaian OP AMP mata pelajaran Rangkaian Elektronika Di SMK Negeri 2 Bojonegoro. *Jurnal Pendidikan Teknik Elektro*, 5(2).
- Buwana, M. H. S., & Suryawardani, B. (2017). Analisis Promosi Penjualan Dapur Bebek Bojongsoang Bandung Tahun 2017. *eProceedings of Applied Science*, 3(2).
- Cahyo, A. N., Hufron, M., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Warung Ketan Ibu'e Amik Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(23).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Ferdiansyah, R. S. A. Pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan di online shop brilink-khumairah Oleh.

- Genda, N. P. T., & Sastika, W. (2019). Analisis Pengaruh Harga Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Omg Event Asia Kota Bandung Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Hanjaya, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, pengetahuan produk dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian produk capra latte. *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 181-190.
- Herawati, H., & Mulyani, D. (2016). Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk pada Ud. Tahu Rosydi Puspun Maron Probolinggo. *UNEJ e-Proceeding*, 463-482.
- Jufidar, J., Abbas, F., & Safwadi, I. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Merek dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Skuter Metik Merek Honda di Kota Banda Aceh. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum*, 3(1), 14-25.
- Mani, J. (2018). Pengaruh Peran Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 2(2), 263-280.
- Minarsih, M. M. (2019). Strategi perusahaan dalam penanganan berkurangnya fokus pegawai di kecamatan GunungPati. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 10(2), 149-166.
- Muhammad, A. F., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk & Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Wingman Denim Bandung. *eProceedings of Management*, 7(1).
- Najib, M., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). pengaruh citra merek persepsi harga, persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian eiger malang (studi

- kasus pada konsumen eiger mall olympic garden). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(12).
- Nuraina, F. S. E. (2017). Pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Madiun. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 5(1), 45-55.
- Pratiwi, M. Y., & Khuzaini, K. (2017). Pengaruh Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 2BEAT. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(7).
- Putra, R. P., & Suryana, H. P. (2018). *Pengaruh harga iklan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk televisi merek LG electronic (Survey Pada Toko Electronic LOG IN MEGA STORE Bandung)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
- Suryani, P., Cahyono, Y., & Utami, B. D. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Produksi di PT Tuntex Garment Indonesia. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1(1), 70-82.
- Ulfa, N., & Wijayangka, C. (2020). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Dalam Menghadapi industri 4.0 (studi pada UMKM dibidang fashion dikota bandung). *eProceedings of Management*, 7(2).

Lampiran 1

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Mitha Lailatul Nadifah
2. NIM : 171500114
3. Program Studi : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Menu dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kedai Yakin Cabang Krian Sidoarjo
5. Dosen Pembimbing : Ch. Menek Sri Handayani, Dra., S.E., M.M dan Dr. Noerchoidah, S.E., M.M
6. Konsultasi :

No	Tanggal	Materi Bimbingan	Keterangan	Paraf Pembimbing	
				I	II
1.	05-11-2021	Judul	REVISI		
2.	12-11-2020	Judul	ACC		
3.	18-11-2020	Matrik & Bab I	REVISI		
4.	28-11-2020	Matrik	ACC		
5.	13-01-2021	BAB I & BAB II	REVISI		
6.	25-01-2021	BAB I	ACC		
7.	06-02-2021	BAB II	ACC		
8.	19-02-2021	BAB III	REVISI		

9.	23-02-2021	BAB I II III	REVISI		
10.	24-02-2021	BAB I-III	ACC		
11.	24-02-2021	Ujian Proposal		Yu	2/3
12.	07-06-2021	Bab IV & V	REVISI		
13.	14-06-2021	Bab IV & V	ACC		2/3
14.	16-06-2021	Bab IV & Artikel	REVISI	Yu	
15.	26-06-2021	Bab IV & Artikel	REVISI	Yu Yu	
16.	01-07-2021	Bab IV-V & Artikel	ACC	Yu	

7. Tanggal selesai menulis skripsi : 01 Juli 2021

Surabaya, 6 Juli 2021

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dra. Ch Menuk S., S.E., M.M.


Dr. Noerchoidah S.E., M.M.

NIP : 195806081982032001

NIDN : 0710046903

Lampiran 2

SURAT IZIN PENELITIAN


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


Nomor : 200696 /01/FEB/ XI /2020
 Lampiran : -
 Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
 Bapak/Ibu Pimpinan
 Kedai Minuman Yakini
 Jl. Kyai Mojo, Krian
 di -
 Sidoarjo

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


Nama : Mitha Lailatul Nadifah
 NIM : 171500114
 Prodi : Manajemen
 Judul Skripsi : PENGARUH KERAGAMAN MENU, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEDAI MINUMAN YAKINI.

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

Surabaya, 10 November 2020

Dr. H. Teguh Purwanto M.M.
 NIP. 19601222.199003.1001

Lampiran 3

SURAT BALASAN IZIN PENELITIAN

 **KEDAI MINUMAN YAKINI**
Jl. Kyai mojo No.9-17, JerukCamping, Kec. Krian
Kabupaten Sidoarjo
Telp.08555335596

Hal : Balasan

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

Dengan Hormat,
Sehubungan dengan adanya surat dari instansi Bapak/Ibu 200646/01/FEB/XI/2020 Tanggal 10 November 2020. Perihal Ijin Penelitian, maka dengan ini kami sampaikan tidak keberatan untuk memberikan ijin kepada mahasiswa :

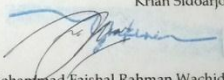
Nama : Mitha Lailatul Nadifah
Nim : 171500114
Prodi : Manajemen
Universitas : PGRI Adi Buana Surabaya

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di Kedai Minuman Yakini cabang Krian Sidoarjo dengan permasalahan dan judul :

"Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Menu dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo"


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

Sidoarjo, 05 Juni 2021
Pemilik Kedai Minuman Yakini
Krian Sidoarjo


(Mohanfmad Faishal Rahman Wachid)

Lampiran 4

DAFTAR HADIR UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

		UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS	
		Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234 Website : http://www.fe.unipasby.ac.id	
<u>BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI</u>			
<p>Pada hari ini Sabtu, 06 Maret 2021 melalui media Google Meet yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2020/2021.</p>			
Nama Mahasiswa		: Mitha Lailatul Nadifah	
NIM		: 171500114	
Program Studi		: Manajemen	
Judul Proposal		: Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Menu dan Keputusan Pembelian Minuman Kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo	
Dihadiri oleh :			
No	NIM	Nama Mahasiswa	Program Studi
1	171500061	Arsya Puspa Dewantari	Manajemen
2	171500152	Hanif Debby Achliani	Manajemen
3	171600019	Nur Azizatul Aliyah	Akuntansi
4	171500062	Rosa Mitha Prasetya	Manajemen
5	171500196	Radea Afisena	Manajemen
6	175600019	Mega Cahya F	Pendidikan Kewarganegaraan
7	171500145	Ulul Habibah Nabilatul M	Manajemen
8	171500187	Mertha Viviani	Manajemen
9	171500125	Gordiana Rihit	Manajemen
10	171500124	Mayang Mega Putri S	Manajemen
11	171500026	Fariz Yusril Hidayat	Manajemen
12	171500227	Himmatul Ulaiffah	Manajemen
13	171500041	Julike Nur Rohmatillah	Manajemen

14	171500100	Ade Radita Sari	Manajemen
15	171500208	Puspita Ayu Maharani	Manajemen
16	171500207	Tri Anggun Muzdalifah	Manajemen
17	171500017	Aulia Novita Sari	Manajemen
18	171500169	Rifky Ajie Bachtiar	Manajemen
19	171500047	Miati Dewi	Manajemen
20	171600073	Diana Novitasari	Akuntansi
21	171500038	Kefin Priambodo	Manajemen
22	171500108	Sri Rahmawati	Manajemen
23	171500034	Tiara Putri Vionetta	Manajemen
24	171500209	Khuzanatul Syafina	Manajemen
25	171500022	Irrena Novita Hidayat	Manajemen
26	171500006	Moh. Dandy Rusdianto	Manajemen
27	171500086	Miftahkul Choiro	Manajemen
28	171500049	Galih Hari Santoso	Manajemen
29	171500218	Nurul Siffiyah Isnaini	Manajemen
30	171500190	Leni Wulan Sari	Manajemen

Surabaya, 26 April 2021

Penguji : Evita Purnanigrum, S.Si., M.Si



Pembimbing : Dra. Christina Menuk Sri H.,
S.E., M.M



Lampiran 5

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

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

BERITA ACARA
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Mitha Lailatul Nadifah
 Njm/Program Studi : 171500114/ Manajemen
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Menu dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo
 Tanggal Ujian Skripsi : 28 Juli 2021
 Penguji : 1. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M
 2. Tri Ariprawowo, S.E., M.Si

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1.		Latar belakang kurang mendetail. Jelaskan dlu bagaimana perkembangan UMKM, bagaimana persaingan UMKM di sidoarjo, dll	
2.		Penelitian terdahulu urutkan thn jurnal	
3.		Gunakan teori pemasaran, Masukkan teorinya Garvin	
4.		Tambahkan teknik pengumpulan data	
5.		Definisi operasional variabel, tambahkan Definisi mnrt peneliti, karena akan dioperasionalkan	
6.		Buat uji angket (sampel kecil dimasukkan di lampiran)	

Surabaya, 31 Juli 2021

Penguji I

I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M
 NPP : 1109598/ DY



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

**BERITA ACARA
 BIMBINGAN REVISI SKRIPSI**

Nama : Mitha Lailatul Nadifah
 Nim/Program Studi : 171500114/ Manajemen
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Menu dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo
 Tanggal Ujian Skripsi : 28 Juli 2021
 Penguji : 1. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M
 2. Tri Aripabowo, S.E., M.Si

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1.		Latar belakang kurang mendetail.	
2.		Tambahkan data jumlah pelanggan pada populasi	
3.		Tambahkan definisi semakin bertambahnya produk keputusan pembelian meningkat. Pada analisis regresi linier berganda	
4.		Saran buat lebih mendetail	

Surabaya, 31 Juli 2021

Penguji II

Tri Aripabowo, S.E., M.Si
 NPP : 1809867/ DY

Lampiran 6

KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Bapak/ibu

Pengunjung minuman kedai Yakini Sidoarjo

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang akan dilakukan sebagai penunjang proposal dalam ilmu ekonomi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Menu Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kedai Yakini Di Sidoarjo dan disusun sebagai tugas akhir (skripsi) pada Program Studi Manajemen di Universitas PGRI Adibuwana Surabaya. Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner yang terlampir berikut ini. Kesediaan Bapak/Ibu pendapat-pendapat atas pernyataan-pernyataan yang diajukan dalam kuesioner ini sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini dan bukan untuk maksud evaluasi atau penilaian. Seluruh jawaban yang Bapak/Ibu berikan akan dirahasiakan. Atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu saya sampaikan terimakasih.

Penulis

(Mitha Lailatul Nadifah)

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis kelamin : L
P
2. Usia : < 20 Tahun
: 21 – 35 Tahun
: 36 – 50 Tahun
: > 51 Tahun
3. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
Pegawai Swasta
Pegawai Negeri
Wiraswasta
Lain-Lain
4. Pendapatan : Dibawah Rp.2.500.000
Rp.2.500.000 – Rp.3.000.000
Rp. 3.001.000– Rp.4.500.000

B. TATA CARA PENGISIAN KUESIONER

Isilah jawaban dengan memberikan tanda centang (✓) pada jawaban yang anda pilih. Ada lima alternatif dari jawaban yang anda pilih. Masing-masing alternatif mempunyai poin atau nilai yang berbeda, yaitu:

- Sangat Setuju (SS) : 5
- Setuju (S) : 4
- Ragu - Ragu (RR) : 3
- Tidak Setuju (TS) : 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

Jawaban dari Bapak/Ibu akan sangat mempengaruhi hasil dan objektivitas dari penelitian ini. Bila ada pernyataan yang kurang jelas bisa menghubungi nomor (085804859747). Dan atas segala partisipasi dan Kerjasama dari Bapak atau Ibu, saya atas nama peneliti.

C. PERTANYAAN

1. Variabel (X_1) Kualitas Produk

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
	Bentuk (Form)					
1.	Ukuran kemasan yang diberikan sesuai standar					
2.	Bentuk kemasan yang diberikan sangat unik					
	Fitur (Feature)					
3.	Kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo memiliki varian produk sejenis dengan harga yang beragam dan terjangkau					
4.	Kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi					
	Kualitas Kinerja (Performance Quality)					
5.	Kualitas kinerja yang diberikan lebih bagus dari kedai minuman lainnya.					
6.	Kualitas yang diberikan Kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo sudah sangat jelas keamanannya untuk dikonsumsi					
	Kesan Kualitas (Perceived Quality)					
7.	Kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo memiliki kualitas yang baik sesuai dengan yang dijanjikan					
8.	Banyak jenis produk yang sesuai dengan kebutuhan					

	dan keinginan					
Ketahanan (<i>Durability</i>)						
9.	Produk yang disajikan dan yang akan disajikan tidak pernah di masa kadaluarsa					
10.	Kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo menjamin tidak adanya kerusakan dan memiliki tempat yang standard an higienis					
Keandalan (<i>Reability</i>)						
11.	Produk yang diberikan kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo dapat diandalkan kualitas minumannya.					
12.	Produk yang diberikan sangat inovatif					
Kemudahan Perbaikan (<i>Repairability</i>)						
13.	Jika produk terkena baju sangat mudah untuk dibersihkan					
14.	Jika terjadi kerusakan para produk atau kemasan konsumen dapat memperbaikinya sendiri					
Gaya (<i>Style</i>)						
15.	Gaya kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo yang diberikan sangat kekinian membuat saya berminat untuk membeli					
16.	Kesan yang diberikan kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo sangat baik					
Desain (<i>Design</i>)						

17.	Desain yang unik membuat saya tertarik untuk membeli					
18	Desain produk dan tempat yang sangat bagus membuat saya tertarik untuk berkunjung					

2. Variabel (X_2) Keragaman Menu

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Kelengkapan Produk						
1.	Kelengkapan menu yang ditawarkan sesuai dengan menu yang dipromosikan					
2.	Ketersediaan menu yang diberikan sangat lengkap					
Merek Produk						
3.	Merek yang diciptakan sangat berbeda dengan yang lainnya					
4.	Merek kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo memiliki nama yang mudah dikenali dan dihafalkan					
Variasi Ukuran Produk						
5.	Ukuran produk yang ditawarkan sangat banyak					
6.	Ukuran produk yang diberikan sesuai standar kualitas pada umumnya					
Variasi Kualitas Produk						
7.	Kualitas dari setiap menu yang diberikan kepada konsumen sudah sesuai standar yang telah					

	ditetapkan					
8.	Kualitas yang diberikan dapat dijamin aman, terpercaya dan halal					

3. Variabel (X₃) Promosi

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Periklanan (<i>advertising</i>)						
1.	Iklan kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo tersebar luas sehingga saya dapat dengan mudah mengetahuinya					
2.	Iklan yang diberikan kurang tersebar dengan baik					
Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>)						
3.	Kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo juga melakukan promosi penjualan di media sosial, seperti instagram, facebook dan lain sebagainya					
4.	Kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo juga melakukan promosi penjualan melalui media cetak.					
Hubungan masyarakat (<i>public relations</i>)						
5.	Banyaknya varian menu yang diberikan membuat saya semakin termotivasi untuk membeli					
6.	Saya tertarik untuk membeli karena adanya promosi gratis ongkir					
Penjualan personal (<i>personal selling</i>)						
7.	Pelayanan yang diberikan					

	sangat baik dan ramah					
8.	Seringnya promosi produk di media sosial membuat saya tertarik untuk membeli					
Pemasaran langsung (<i>direct marketing</i>)						
9.	Biasanya kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo memasarkan di jalan atau ditempat yang ramai pengunjung					
10.	Adanya karyawan atau SPG yang mengetahui harga dan macam-macam produk yang dijual					

4. Variabel (Y) Keputusan Pembelian

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Pilihan Produk						
1.	Saya berminat membeli karena kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo memiliki banyak varian rasa					
2.	Saya berminat untuk membeli karena semua produk yang diberikan sangat berkualitas					
Pilihan Merek						
3.	Saya memutuskan untuk membeli setelah saya membandingkan dengan merek lain					
4.	Merek yang diberikan sangat untuk sehingga saya memutuskan untuk berkunjung					
Pilihan Penyaluran						

5.	Informasi yang diberikan sudah sesuai dengan kenyataan yang diberikan					
6.	Lokasi kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo sangat strategis dan mudah dijangkau					
Waktu Pembelian						
7.	Saya setiap minggu berkunjung ke kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo					
8.	Saya sering ke kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo untuk berkumpul dengan teman-teman					
Jumlah Pembelian						
9.	Saya sering membeli produk kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo karena memiliki banyak pilihan					
10.	Saya membeli lebih dari satu karena banyak menu yang saya suka					
Metode Pembayaran						
11.	Pembayaran juga dapat dilakukan secara online, bukan secara offline saja					
12.	Saya memutuskan membeli karena sudah terdapat aplikasi go food, karena metode pembayaran yang mudah					

4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	5	33
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	4	4	5	5	5	5	36
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	4	3	3	3	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	4	33
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	3	4	4	4	4	4	5	32
5	4	5	5	5	4	5	5	38
5	4	5	5	4	5	5	5	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	4	4	4	33
5	3	5	4	5	5	5	5	37
3	3	3	4	5	5	5	5	33
5	3	5	4	5	5	5	5	37
5	5	5	4	5	5	5	5	39

X1.5.2	Pearson Correlation	,694**	,645**	,562**	,621**	,577**	,694**	,826**	,870**	,954**	1	,845**	,658**	,474**	,294*	,689**	,729**	,708**	,708**	,836**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,029	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.6.1	Pearson Correlation	,637**	,590**	,508**	,643**	,607**	,593**	,770**	,770**	,844**	,845**	1	,847**	,567**	,318*	,717**	,670**	,649**	,649**	,816**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,018	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.6.2	Pearson Correlation	,694**	,684**	,597**	,676**	,657**	,611**	,680**	,720**	,702**	,658**	,847**	1	,630**	,337*	,803**	,714**	,725**	,725**	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,012	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.7.1	Pearson Correlation	,583**	,588**	,487**	,625**	,565**	,539**	,529**	,614**	,486**	,474**	,567**	,630**	1	-.251	,545**	,470**	,509**	,509**	,640**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,064	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.7.2	Pearson Correlation	,298*	,272*	,323*	,198	,311*	,405**	,364**	,261	,343*	,294*	,318*	,337*	-.251	1	,530**	,448**	,408**	,408**	,409**
	Sig. (2-tailed)	,027	,045	,016	,148	,021	,002	,006	,055	,010	,029	,018	,012	,064		,000	,001	,002	,002	,002
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.8.1	Pearson Correlation	,805**	,789**	,734**	,769**	,758**	,761**	,715**	,715**	,692**	,689**	,717**	,803**	,545**	,530**	1	,899**	,865**	,865**	,913**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.8.2	Pearson Correlation	,750**	,736**	,720**	,753**	,707**	,793**	,711**	,711**	,735**	,729**	,670**	,714**	,470**	,448**	,899**	1	,963**	,963**	,902**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000		,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.9.1	Pearson Correlation	,803**	,785**	,765**	,756**	,716**	,845**	,734**	,734**	,718**	,708**	,649**	,725**	,509**	,408**	,865**	,963**	1	1,000**	,917**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000		,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.9.2	Pearson Correlation	,803**	,785**	,765**	,756**	,716**	,845**	,734**	,734**	,718**	,708**	,649**	,725**	,509**	,408**	,865**	,963**	1,000**	1	,917**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000		,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1	Pearson Correlation	,903**	,876**	,843**	,847**	,839**	,891**	,846**	,868**	,847**	,836**	,816**	,834**	,640**	,409**	,913**	,902**	,917**	,917**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

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

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

		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
X2.1.1	Pearson Correlation	1	,659**	,820**	,791**	,764**	,686**	,741**	,747**	,888**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.1.2	Pearson Correlation	,659**	1	,651**	,721**	,588**	,496**	,527**	,518**	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.2.1	Pearson Correlation	,820**	,651**	1	,735**	,708**	,590**	,721**	,651**	,841**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.2.2	Pearson Correlation	,791**	,721**	,735**	1	,767**	,684**	,744**	,794**	,892**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.3.1	Pearson Correlation	,764**	,588**	,708**	,767**	1	,797**	,873**	,864**	,914**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.3.2	Pearson Correlation	,686**	,496**	,590**	,684**	,797**	1	,887**	,880**	,866**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.4.1	Pearson Correlation	,741**	,527**	,721**	,744**	,873**	,887**	1	,913**	,921**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.4.2	Pearson Correlation	,747**	,518**	,651**	,794**	,864**	,880**	,913**	1	,915**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2	Pearson Correlation	,888**	,736**	,841**	,892**	,914**	,866**	,921**	,915**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55

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

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	,1000**	,963**	,852**	,852**	,809**	,771**	,745**	,745**	,771**	,917**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X3.1.2	Pearson Correlation	,1000**	1	,963**	,852**	,852**	,809**	,771**	,745**	,745**	,771**	,917**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X3.2.1	Pearson Correlation	,963**	,963**	1	,885**	,885**	,840**	,800**	,729**	,729**	,756**	,921**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X3.2.2	Pearson Correlation	,852**	,852**	,885**	1	,962**	,963**	,882**	,857**	,857**	,882**	,962**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X3.3.1	Pearson Correlation	,852**	,852**	,885**	,962**	1	,957**	,913**	,843**	,843**	,867**	,960**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X3.3.2	Pearson Correlation	,809**	,809**	,840**	,963**	,957**	1	,906**	,881**	,881**	,906**	,955**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X3.4.1	Pearson Correlation	,771**	,771**	,800**	,882**	,913**	,906**	1	,924**	,924**	,949**	,940**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X3.4.2	Pearson Correlation	,745**	,745**	,729**	,857**	,843**	,881**	,924**	1	,1000**	,975**	,923**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X3.5.1	Pearson Correlation	,745**	,745**	,729**	,857**	,843**	,881**	,924**	,1000**	1	,975**	,923**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X3.5.2	Pearson Correlation	,771**	,771**	,756**	,882**	,867**	,906**	,949**	,975**	,975**	1	,940**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X3	Pearson Correlation	,917**	,917**	,921**	,962**	,960**	,955**	,940**	,923**	,923**	,940**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

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

		Correlations												
		Y1.1	Y1.2	Y2.1	Y2.2	Y3.1	Y3.2	Y4.1	Y4.2	Y5.1	Y5.2	Y6.1	Y6.2	Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	,855**	,824**	,833**	,758**	,739**	,823**	,750**	,804**	,858**	,797**	,797**	,921**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y1.2	Pearson Correlation	,855**	1	,905**	,823**	,647**	,736**	,725**	,735**	,788**	,788**	,769**	,769**	,892**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y2.1	Pearson Correlation	,824**	,905**	1	,824**	,677**	,744**	,792**	,785**	,839**	,730**	,753**	,753**	,901**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y2.2	Pearson Correlation	,833**	,823**	,824**	1	,719**	,809**	,804**	,706**	,760**	,867**	,846**	,846**	,921**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y3.1	Pearson Correlation	,758**	,647**	,677**	,719**	1	,797**	,827**	,789**	,605**	,651**	,608**	,608**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y3.2	Pearson Correlation	,739**	,736**	,744**	,809**	,797**	1	,858**	,780**	,626**	,728**	,660**	,660**	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y4.1	Pearson Correlation	,823**	,725**	,792**	,804**	,827**	,858**	1	,879**	,718**	,772**	,707**	,707**	,903**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y4.2	Pearson Correlation	,750**	,735**	,785**	,706**	,789**	,780**	,879**	1	,829**	,772**	,744**	,744**	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y5.1	Pearson Correlation	,804**	,788**	,839**	,760**	,605**	,626**	,718**	,829**	1	,772**	,802**	,802**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y5.2	Pearson Correlation	,858**	,788**	,730**	,867**	,651**	,728**	,772**	,772**	,772**	1	,918**	,918**	,911**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y6.1	Pearson Correlation	,797**	,769**	,753**	,846**	,608**	,660**	,707**	,744**	,802**	,918**	1	1,000**	,894**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y6.2	Pearson Correlation	,797**	,769**	,753**	,846**	,608**	,660**	,707**	,744**	,802**	,918**	1,000**	1	,894**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y	Pearson Correlation	,921**	,892**	,901**	,921**	,822**	,861**	,903**	,891**	,871**	,911**	,894**	,894**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

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

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,974	18

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,955	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,984	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,975	12

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,46121649
Most Extreme Differences	Absolute	,129
	Positive	,129
	Negative	-,089
Test Statistic		,129
Asymp. Sig. (2-tailed)		,023 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,189	2,996		1,399	,168		
X1	,228	,050	,356	4,588	,000	,485	2,061
X2	,203	,095	,153	2,134	,038	,565	1,769
X3	,567	,077	,541	7,380	,000	,543	1,843

a. Dependent Variable: Y

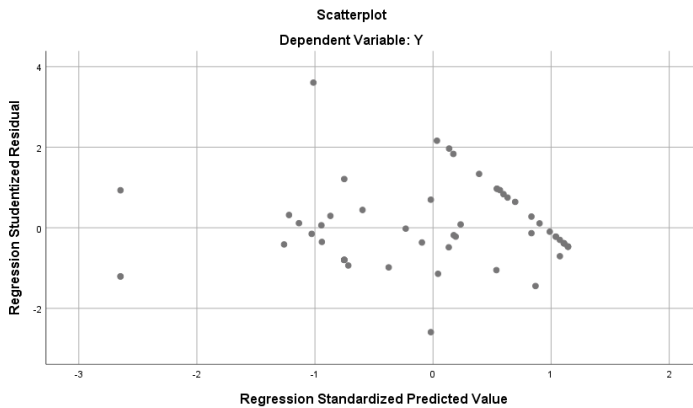
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	,923 ^a	,851	,843	2,53257	2,068	

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Uji Heteroskedastisitas



Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,189	2,996			1,399	,168		
X1	,228	,050	,356		4,588	,000	,485	2,061
X2	,203	,095	,153		2,134	,038	,565	1,769
X3	,567	,077	,541		7,380	,000	,543	1,843

a. Dependent Variable: Y

Uji Hipotesis

Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,189	2,996		1,399	,168		
X1	,228	,050	,356	4,588	,000	,485	2,061
X2	,203	,095	,153	2,134	,038	,565	1,769
X3	,567	,077	,541	7,380	,000	,543	1,843

a. Dependent Variable: Y

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1874,272	3	624,757	97,407	,000 ^b
	Residual	327,110	51	6,414		
	Total	2201,382	54			

a. Dependent Variable: Y

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

Lampiran 9

TABULASI DATA

Kualitas Produk (X1)																			TOTAL L
X1.1		X1.2		X1.3		X1.4		X1.5		X1.6		X1.7		X1.8		X1.9			
X1.1. 1	X1.1. 2	X1.2. 1	X1.2. 2	X1.3. 1	X1.3. 2	X1.4. 1	X1.4. 2	X1.5. 1	X1.5. 2	X1.6. 1	X1.6. 2	X1.7. 1	X1.7. 2	X1.8. 1	X1.8. 2	X1.9. 1	X1.9. 2		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	73	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	73	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	86	
4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	71	
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3	3	3	66	
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	69	
4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	76	
4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	81	
4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	77	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	79	
5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	80	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	56	
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	79	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	73	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	73	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	62	
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	68	

Kualitas Produk (X1)																			TOTAL
X1.1		X1.2		X1.3		X1.4		X1.5		X1.6		X1.7		X1.8		X1.9			
X1.1.1	X1.1.2	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2	X1.4.1	X1.4.2	X1.5.1	X1.5.2	X1.6.1	X1.6.2	X1.7.1	X1.7.2	X1.8.1	X1.8.2	X1.9.1	X1.9.2		
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	77	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	56	
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	79	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	
5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	80	
4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	83	
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	75	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	83	
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	65	
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	78	
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	78	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	56	
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	76	
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	78	
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	65	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	73	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	77	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	73	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	73	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	75	

Kualitas Produk (X1)																			TOTAL
X1.1		X1.2		X1.3		X1.4		X1.5		X1.6		X1.7		X1.8		X1.9		L	
X1.1.1	X1.1.2	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2	X1.4.1	X1.4.2	X1.5.1	X1.5.2	X1.6.1	X1.6.2	X1.7.1	X1.7.2	X1.8.1	X1.8.2	X1.9.1	X1.9.2		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		90
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	82	
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	85	
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	85	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	75	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	82	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	82	
5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	72	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	75	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	5	5	5	77	
5	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	71	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	75	
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	79	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	83	
5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	73	
5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	3	3	3	68	
5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	71	
5	5	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	78	
5	5	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	83	
5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	80	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	80	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	82	

Kualitas Produk (X1)																		TOTAL
X1.1		X1.2		X1.3		X1.4		X1.5		X1.6		X1.7		X1.8		X1.9		
X1.1.1	X1.1.2	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2	X1.4.1	X1.4.2	X1.5.1	X1.5.2	X1.6.1	X1.6.2	X1.7.1	X1.7.2	X1.8.1	X1.8.2	X1.9.1	X1.9.2	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	77
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	83
5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	79
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	81
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	82
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	85
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	72
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	77
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	79
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	75
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	65
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	66
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	59
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	81
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	86
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	77

Keragaman Menu (X2)								TOTAL
X2.1		X2.2		X2.3		X2.4		
X2.1.1	X2.1.2	X2.2.1	X2.2.2	X2.3.1	X2.3.2	X2.4.1	X2.4.2	
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	4	4	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	5	5	4	5	4	4	4	35
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	5	4	4	5	5	4	35
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	4	4	4	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	5	4	5	5	37
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	4	4	5	5	5	4	5	37
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	5	33
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	4	4	5	5	5	5	36
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	4	3	3	3	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	4	33
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	4	4	4	4	4	4	31

Keputusan Pembelian (Y)												TOTAL
Y1		Y2		Y3		Y4		Y5		Y6		
Y1. 1	Y1. 2	Y2. 1	Y2. 2	Y3. 1	Y3. 2	Y4. 1	Y4. 2	Y5. 1	Y5. 2	Y6. 1	Y6. 2	
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	56
5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	57
4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	52
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	53
5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	56
4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	53
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	41
4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	50
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	54
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	46
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
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59

X1.9. 2	Pearson Correlation	,672**	,617**	,587**	,605**	,594**	,712**	,633**	,676**	,660**	,644**	,633**	,670**	,414**	,614**	,863**	,950**	,992**	1	,857**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1	Pearson Correlation	,825**	,803**	,797**	,788**	,801**	,866**	,848**	,873**	,848**	,820**	,804**	,819**	,653**	,643**	,877**	,860**	,857**	,857**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

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

N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

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

Promosi

		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	1,000**	,959**	,747**	,842**	,746**	,741**	,726**	,725**	,759**	,907**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.1.2	Pearson Correlation	1,000**	1	,959**	,747**	,842**	,746**	,741**	,726**	,725**	,759**	,907**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.2.1	Pearson Correlation	,959**	,959**	1	,766**	,863**	,767**	,761**	,712**	,693**	,728**	,903**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.2.2	Pearson Correlation	,747**	,747**	,766**	1	,829**	,797**	,761**	,739**	,725**	,732**	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.3.1	Pearson Correlation	,842**	,842**	,863**	,829**	1	,900**	,887**	,844**	,828**	,837**	,952**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.3.2	Pearson Correlation	,746**	,746**	,767**	,797**	,900**	1	,885**	,855**	,799**	,832**	,913**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.4.1	Pearson Correlation	,741**	,741**	,761**	,761**	,887**	,885**	1	,937**	,883**	,910**	,931**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.4.2	Pearson Correlation	,726**	,726**	,712**	,739**	,844**	,855**	,937**	1	,926**	,919**	,917**

Y3.1	Pearson Correlation	,809**	,739**	,739**	,787**	1	,814**	,816**	,780**	,690**	,708**	,684**	,702**	,857**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y3.2	Pearson Correlation	,774**	,784**	,765**	,821**	,814**	1	,887**	,821**	,738**	,777**	,749**	,729**	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y4.1	Pearson Correlation	,790**	,760**	,740**	,779**	,816**	,887**	1	,914**	,828**	,848**	,799**	,780**	,916**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y4.2	Pearson Correlation	,741**	,765**	,746**	,728**	,780**	,821**	,914**	1	,890**	,829**	,799**	,779**	,902**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y5.1	Pearson Correlation	,775**	,797**	,777**	,740**	,690**	,738**	,828**	,890**	1	,878**	,868**	,848**	,904**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y5.2	Pearson Correlation	,815**	,797**	,738**	,800**	,708**	,777**	,848**	,829**	,878**	1	,949**	,929**	,926**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y6.1	Pearson Correlation	,787**	,788**	,768**	,811**	,684**	,749**	,799**	,799**	,868**	,949**	1	,980**	,917**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y6.2	Pearson Correlation	,787**	,788**	,788**	,831**	,702**	,729**	,780**	,779**	,848**	,929**	,980**	1	,914**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y	Pearson Correlation	,912**	,912**	,896**	,909**	,857**	,891**	,916**	,902**	,904**	,926**	,917**	,914**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

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

Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,970	18

Keragaman Menu

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,945	8

Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,977	10

Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,980	12

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,35445176
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,079
	Negative	-,051
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,064 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

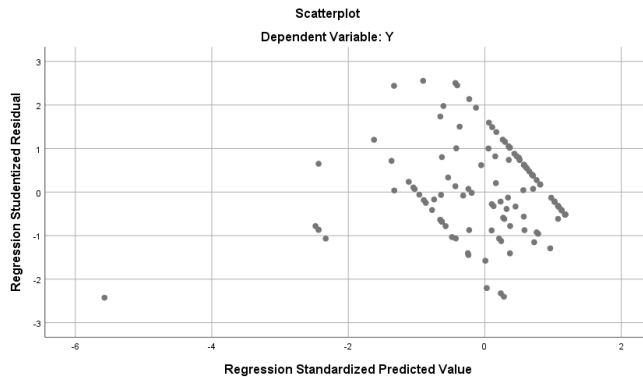
c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,821	2,564		1,490	,139		
X1	,145	,047	,206	3,074	,003	,422	2,370
X2	,331	,088	,230	3,778	,000	,511	1,959
X3	,633	,069	,561	9,237	,000	,513	1,950

a. Dependent Variable: Y

Uji Heteroskedastisitas



Uji Autokorelasi

Model	Model Summary ^b					
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	,884 ^a	,781	,775	3,39755	1,693	

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,821	2,564		1,490	,139		
X1	,145	,047	,206	3,074	,003	,422	2,370
X2	,331	,088	,230	3,778	,000	,511	1,959
X3	,633	,069	,561	9,237	,000	,513	1,950

a. Dependent Variable: Y

Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,821	2,564		1,490	,139		
X1	,145	,047	,206	3,074	,003	,422	2,370
X2	,331	,088	,230	3,778	,000	,511	1,959
X3	,633	,069	,561	9,237	,000	,513	1,950

a. Dependent Variable: Y

Uji F

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4768,896	3	1589,632	137,710	,000 ^b
Residual	1339,029	116	11,543		
Total	6107,925	119			

a. Dependent Variable: Y

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

Uji Koefisien Determinasi

Model	Model Summary ^b				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,884 ^a	,781	,775	3,39755	1,693

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y