

DAFTAR PUSTAKA

- Adwimurti, Y., & Sumarhadi, S. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kualitas Produk sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 74-90.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 96-104.
- Amanda, N. D. (2024). *Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen Beras Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya (Studi Kasus: Desa Tanah Merah Kec. Perbaungan Kab. Serdang Bedagai)* (Doctoral dissertation, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Sumatera Utara).
- Anggraini, D. M. (2020). *Daya Saing Kopi Indonesia di Pasar Internasional* [Tesis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah]. Jakarta.
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. (2021). Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 327-334.
- Astuti, R., & Fitria, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 45-57.
- Ayunani, N. A., Varadina, Y., & Octavia, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 703-712.
- Azzahra, L. M., & Kusri, E. (2023). Pengaruh Pendapatan Pedagang, Jarak Tempuh dan Tata Letak Kota Terhadap Revitalisasi Pasar Bitingan Kabupaten Kudus Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen Agribisnis*, 1(1), 1-20.
- Dewi, I. C., Indrianto, A. T. L., Soediro, M., Winarno, P. S., Minantyo, H., Sondak, M. R., & Leoparjo, F. (2022). *Trend Bisnis Food and Beverages Menuju 2030*.
- Edi, S. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Sayuran Hidroponik Pada 12Hejoponik Rantau Rasau* [Skripsi, Universitas Batanghari]. Jambi.
- Elindahsari, P., & Adiba, E. M. (2024). Determinan Kepuasan Nasabah KUR Syariah di BSI dengan Keputusan Sebagai Variabel Mediasi. *Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 9(2), 274-293.
- Firdaus, F. (2020). Pengaruh Persepsi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Private Label Indomaret (Studi Pada Konsumen

- Indomaret di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 9(1), 1-14.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2017). *Dasar-Dasar Ekonometrika* (Edisi 5). Yogyakarta: Penerbit Universitas Gadjah Mada.
- Hartati, E., Indriyani, R., & Trianingsih, I. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Website SMK Negeri 2 Palembang Menggunakan Regresi Linear Berganda. *Jurnal Manajemen, Teknik Informatika, dan Rekayasa Komputer*, 20(1).
- Herlambang, S., Yudhiantoro, D., & Wibowo, A. W. A. (2021). *Biochar Untuk Budidaya Anggur*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”: Yogyakarta.
- Hudha, A. A., & Gunawan, D. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Winner Sweet Home. *Zona Manajerial: Program Studi Manajemen (S1) Universitas Batam*, 13(3), 121-128.
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *JIMEA Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 4(3), 112–122.
- Irrawati, M. D., & Mukaramah, M. (2024). Implementasi Metode Regresi Linear Berganda Untuk Mengatasi Pelanggaran Asumsi Klasik. *Studi Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 3(2), 83-94.
- Jannah, M. (2020). *Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Untuk Membeli Kue Adee (Kecamatan Meureudu Kabupaten Pidie Jaya)* (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).
- Justicia, I. P. (2022). *Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Urban Farming di Masa Pandemi Covid-19 (Studi kasus: Kelurahan Maharatu Kota Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- KBBI. (2024). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. [Online, diakses tanggal 14 November 2024].
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kustiawan, B., Apriyanto, A., Haryanti, T., & Rustam, A. (2025). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Strategis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kusumaningtyas, M., & Prasetyo, A. (2022). *Serial Pemasaran Islam: Pariwisata halal*. Zifatama Jawara.

- Lalolorang, M., Rorong, A. J., & Palar, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat di Kantor Desa Kahuku Kecamatan Likupang Timur Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(99).
- Latifah, A. N. (2023). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Organik di Pasar Modern Super Indo Kabupaten Gresik* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Marlina, L., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2020). Strategi Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Industri Kreatif Bordir Tasikmalaya. *Jurnal Co Management*, 3(1), 423-432.
- Munawaroh, S., & Wulandari, S. Y. (2023). Analisis Strategi Penanganan Keluhan dan Kepuasan Konsumen Pada Toko Lantikya Store Jombang. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 6(2), 409-418.
- Murhadi, W. R., & Reski, E. C. (2022). Pengaruh E-Service Quality, Kesadaran Merek, Kepercayaan, Word Of Mouth dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada TikTok Shop (Studi pada pelanggan TikTok Shop). *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 16(2), 229-240.
- Nadja, R. A., & Halimah, A. S. (2023). *Preferensi Konsumen Terhadap Pangan*. Penerbit NEM.
- Nafiah, K. L., & Trihudyatmanto, M. (2021). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Brand Image dan Experiential Marketing. *Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 9(1), 61-73.
- Naim, S., Antesty, S., & Hasibuan, R. P. (2023). Mendukung Inovasi Produk dan Kreativitas Dalam Bisnis UMKM: Pelatihan Pengembangan Produk Berkualitas. *Eastasouth Journal of Impactive Community Services*, 1(03), 203-214.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*.
- Neneng, I. S., & Zega, A. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Memilih Minimarket di Kecamatan Sipora Utara. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1-7.
- Nuriah, F. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Asnidar (ed.)). CV. Pilar Nusantara.

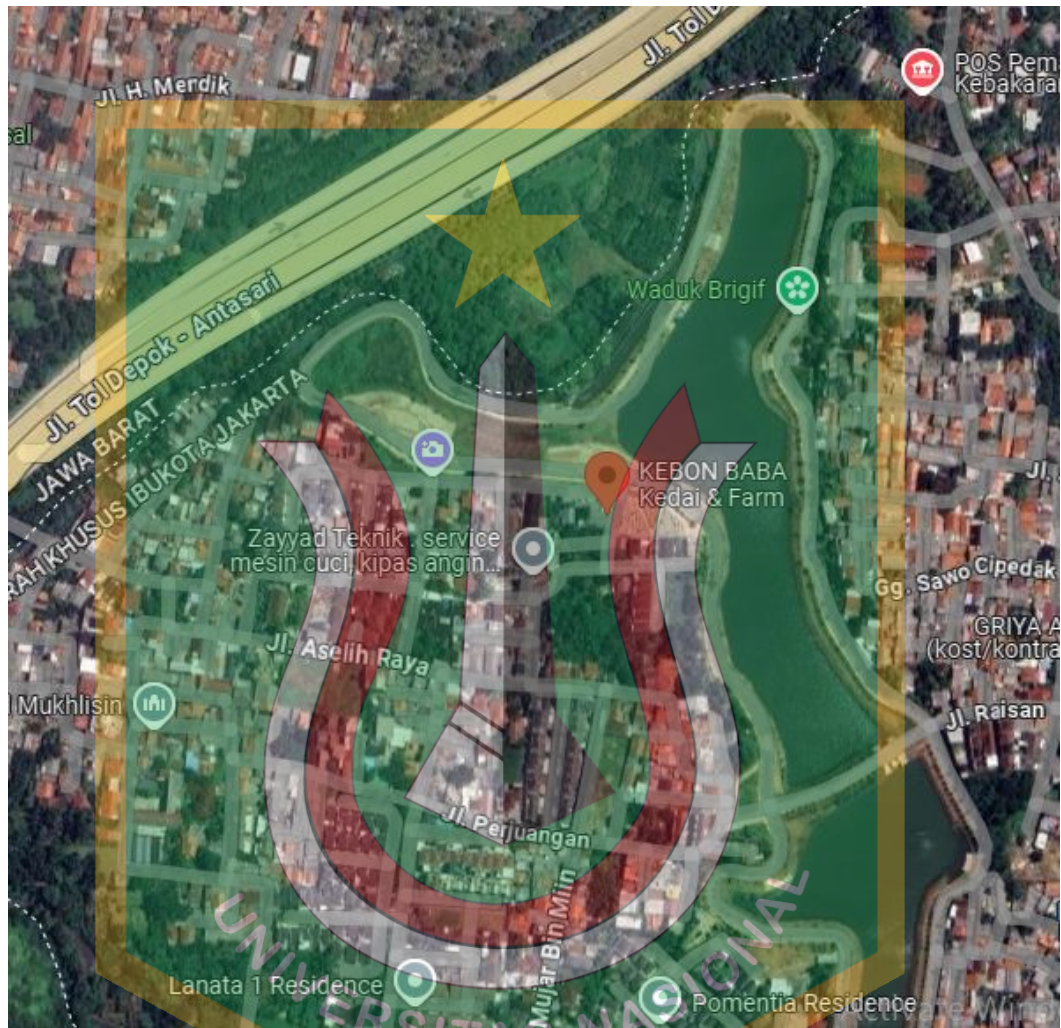
- Oktadiani, O. D., & Laily, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Pada Fast Fashion Uniqlo di Tunjungan Plaza Mall. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(1).
- Pradana, H., & Fitriyanti, S. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sasirangan di Kota Banjarmasin. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 16(1), 51-65.
- Prasetya, B., & Kurniawan, D. (2020). Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pada Produk Buah-Buahan. *Jurnal Agribisnis Nusantara*, 9(2), 112-120.
- Puspita, T. D. (2024). *Pengaruh Fasilitas dan Akomodasi Terhadap Kinerja Karyawan (Caddie) di Padang Golf Pangkalan Jati* (Doctoral Dissertation, Universitas Nasional).
- Putra, B. N. (2024). Analisis Implementasi Total Quality Management (TQM) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Pada Conneight Studio Kota Malang. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3(3), 119-131.
- Putri, M., & Wahyuni, T. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Buah-Buahan Impor. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Indonesia*, 10(3), 77-89.
- Rahayu, E., & Santoso, H. (2022). Strategi Pemasaran Terpadu Untuk Menciptakan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 45-56.
- Rahayu, M. M., Wahyudyanti, R., Utama, A. P., Rahmawati, A., & Maryati, M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Pada Online Shopping Selama Bulan Ramadan: Studi Kasus Pada Konsumen Muslim di Indonesia. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 294-304.
- Rahayu, S., & Kusuma, M. H. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pelanggan KFC Cabang Baturaja). *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 2(2), 128-147.
- Ramadan, A., & Fatchiya, A. (2021). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk Rendang Uninam. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1), 64-84.
- Riayana, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Sayuran Hidroponik di Gadog Farm*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Riki, R., Kremer, H., Suratman, S., Ciptoputra, V. A. A., & Hazriyanto, H. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi dan Promosi Produk. *Jurnal Cafeteria*, 4(1), 98-105.

- Rizani, A., Norrahman, R. A., Harsono, I., Yahya, A. S., & Syifa, D. M. (2023). Efek Inflasi Terhadap Daya Beli Masyarakat Pada Tinjauan Ekonomi Makro. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 1(2), 344-358.
- Sajidah, N. A., & Anggarawati, S. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pengguna Netflix. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 1446-1459.
- Saptadi, I. N. T., Latiep, I. F., Lestari, N. P., & Saksono, H. (2024). *Manajemen Promosi Produk*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Sari, W. N., Fitriani, D., Wulandari, I. W., & Pandin, M. Y. R. (2023). Strategi Financial Resilience Terhadap Ancaman Resesi Ekonomi Pada UMKM di Kec. Menganti. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(3), 259-274.
- Setiadi, N. J. (2020). *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik* (Edisi revisi). Kencana.
- Setiawan, Z., Zebua, R. S. Y., Suprayitno, D., Hamid, R. S., Islami, V., & Marsyaf, A. (2024). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sinulingga, N. A. B., Sihotang, H. T., & Kom, M. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Iocs Publisher.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. Pearson.
- Sudiarto, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melon Premium (Studi Kasus di Made Fresh, Kecamatan Bogor Utara, Kota Bogor)* (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).
- Sudrartono, T., & Saepudin, D. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Perkembangan UKM di Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta: Bandung.
- Suroto, S. P. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Beras Sehat S. Organik di Kabupaten Sleman. *Jurnal Penelitian Agri Hatantiring*, 2(1).
- Susanti, I. S. I. (2022). Penerapan Metode Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Mengatasi Masalah Multikolinearitas Pada Kasus Indeks Pembangunan Manusia (IPM) di Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal gamma-PI*, 4(2), 10-17.
- Syafira, A., & Rohman, A. (2024). Penerapan Strategi Promosi Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen di Mie Marlana, Banyu Sangkah Tanjung Bumi Bangkalan. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6).

- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20-32.
- Tanjung, R., Arifudin, O., Sofyan, Y., & Hendar, H. (2020). Pengaruh Penilaian Diri dan Efikasi Diri Terhadap Kepuasan Kerja Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Guru. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(1), 380-391.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset: Yogyakarta.
- Wardani, N. A., & Kustami, E. (2023). Kerangka Kerja Keterikatan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan: Antecedent dan Konsekuensi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 100-117.
- Wardhana, A. K., Utomo, K. P., Lestiowati, R., & Fadly, R. (2024). Pendekatan Total Quality Management Terhadap Insentif dan Kualitas Produk Dalam Mengarahkan Keputusan yang Tepat. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 24(3), 215-228.
- Widiyanti, S. O., Wahab, Z., & Saggaf, M. (2021). The Influence of Product and Service Quality on The Consumer Satisfaction in PT Main Commercial Hospi Palembang Branch. *SLOAP*, 4(2).
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi dan Harga Normal Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi dan Entrepreneurship*, 10(2), 146-163.
- Yulianti, D. (2023). *Model Peningkatan Loyalitas Berbasis Kualitas Layanan, Kewajaran Harga dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Salon Kecantikan Kulit Alzena Skincare Cabang Jakenan Pati)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung).
- Yusuf, A., & Pranata, D. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pemasaran Agribisnis*, 10(1), 98-110.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Lokasi Penelitian



Keterangan: Lokasi Kebon Baba Kedai dan Farm

Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner

Resp.	Timestamp	Nama	Jenis Kelamin	Usia
1	17/12/2024 14:55	Dita	Perempuan	23
2	17/12/2024 16:04	Naja Maryam	Perempuan	22
3	17/12/2024 16:04	Asa	Perempuan	23
4	17/12/2024 16:43	Listia	Perempuan	21
5	17/12/2024 17:03	Kamila	Perempuan	23
6	17/12/2024 17:23	Putra	Laki-laki	23
7	17/12/2024 17:54	Chika	Perempuan	22
8	17/12/2024 18:30	Dea Sindhularas	Perempuan	23
9	17/12/2024 19:01	Faiz	Laki-laki	24
10	17/12/2024 20:58	Ilham Alfarid	Laki-laki	24
11	18/12/2024 10:01	Yuan Kurnia Sandhy	Laki-laki	27
12	18/12/2024 12:39	Abdul	Laki-laki	24
13	18/12/2024 14:10	Lamirah	Perempuan	45
14	18/12/2024 14:54	Imah	Perempuan	52
15	18/12/2024 15:15	Muhimah	Perempuan	43
16	18/12/2024 15:26	Yuliati	Perempuan	45
17	18/12/2024 16:48	Marni	Perempuan	34
18	18/12/2024 18:52	Fitri Sulastri	Perempuan	43
19	18/12/2024 19:41	Masnah	Perempuan	40
20	18/12/2024 20:21	Noval Purwono	Laki-laki	19
21	18/12/2024 20:38	Maryuni	Perempuan	60
22	18/12/2024 22:08	Maryani	Perempuan	52
23	19/12/2024 11:57	Muhammad Evan Nugroho	Laki-laki	19
24	19/12/2024 16:51	Saifurrizal Andi Fatah	Laki-laki	24
25	19/12/2024 21:13	Mega Oktavia	Perempuan	27
26	19/12/2024 21:15	Kastinah	Perempuan	43
27	19/12/2024 23:50	Asti Mutiara	Perempuan	18
28	20/12/2024 20:02	Parmin Setiawan Wibowo	Laki-laki	47
29	21/12/2024 2:10	Widhah Athiyah	Perempuan	24
30	21/12/2024 17:02	Dedi	Laki-laki	43
31	22/12/2024 18:15	Dwiky Hidayat	Laki-laki	25
32	22/12/2024 19:38	Emilia Putri	Perempuan	23
33	25/12/2024 0:54	Puroh	Perempuan	45
34	25/12/2024 20:06	Purnomo	Laki-laki	40
35	25/12/2024 20:08	Muhammad Putra	Laki-laki	25
36	25/12/2024 20:10	Gita	Perempuan	24
37	25/12/2024 20:13	Annisa	Perempuan	32
38	25/12/2024 20:15	Mutiara	Perempuan	33
39	25/12/2024 20:16	Anggi Fitriah	Perempuan	32

40	26/12/2024 17:54	Sandy Satria	Laki-laki	25
41	26/12/2024 17:55	Nanda	Perempuan	31
42	26/12/2024 17:57	Najwa Syifa	Perempuan	29
43	26/12/2024 20:49	Rupa Bara	Laki-laki	36
44	26/12/2024 20:51	Fatmah	Perempuan	22
45	26/12/2024 20:53	Ajeng	Perempuan	22
46	26/12/2024 20:54	Kamal	Laki-laki	20
47	26/12/2024 20:56	Intan	Perempuan	36
48	26/12/2024 22:30	Arya Ramadhan	Laki-laki	41
49	26/12/2024 22:31	Tomo	Laki-laki	37
50	26/12/2024 22:32	Doni	Laki-laki	44

Responden	Kualitas Produk (X1)						Harga (X2)					
	P1	P2	P3	P4	P5	Total	P1	P2	P3	P4	P5	Total
1	5	5	4	5	5	24	5	4	4	5	4	22
2	4	4	5	5	4	22	4	5	5	5	5	24
3	4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	4	19
5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
6	4	5	4	5	5	23	4	4	5	5	5	23
7	3	4	4	4	4	19	4	3	3	5	4	19
8	4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	5	22
9	5	5	5	4	5	24	4	4	4	5	4	21
10	4	5	3	4	4	20	4	3	4	4	4	19
11	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
13	5	4	5	5	5	24	5	5	4	5	4	23
14	4	4	4	4	4	20	2	2	2	1	2	9
15	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	3	17
16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
17	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20
18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
19	4	4	5	5	4	22	4	4	5	5	4	22
20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
21	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
23	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21
24	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	5	4	21	4	4	4	5	5	22
26	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	4	5	24	4	5	4	5	5	23

28	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22
29	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
30	4	4	3	4	3	18	4	4	4	5	4	21
31	4	5	4	4	5	22	4	4	4	5	5	22
32	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	4	20
33	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	4	23
34	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	21
35	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25
36	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
38	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	4	24
39	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
40	4	2	1	4	5	16	5	2	4	3	5	19
41	4	4	4	5	4	21	5	4	5	5	4	23
42	5	4	3	5	5	22	5	5	5	5	5	25
43	5	5	4	4	4	22	5	3	5	5	5	23
44	5	4	4	5	5	23	5	4	5	4	5	23
45	5	3	4	5	4	21	5	3	5	5	5	23
46	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24
47	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	5	24
48	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25
49	5	4	4	4	4	21	5	4	5	5	5	24
50	5	4	5	5	4	23	5	4	5	5	5	24

Responden	Promosi (X3)						Kepuasan Konsumen (Y)					
	P1	P2	P3	P4	P5	Total	P1	P2	P3	P4	P5	Total
1	4	4	4	5	5	22	5	4	5	5	5	24
2	4	4	4	5	5	22	4	5	5	5	5	24
3	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
4	3	4	4	4	4	19	3	3	3	3	3	15
5	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
6	5	4	4	4	5	22	5	4	4	5	4	22
7	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	3	17
8	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	4	22
9	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25
10	4	5	4	4	4	21	5	5	3	5	5	23
11	4	4	5	5	5	23	5	5	4	4	4	22
12	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
13	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
14	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	4	18
15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20

16	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
17	3	4	4	4	4	19	3	3	3	4	4	17
18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
19	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	5	21
20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
21	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10
22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
23	4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	4	21
24	4	4	4	4	4	20	4	5	4	5	4	22
25	4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	5	22
26	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
27	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	5	23
28	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	22
29	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
30	3	3	4	4	4	18	4	4	3	3	4	18
31	4	5	5	4	5	23	5	5	5	4	4	23
32	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
33	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	5	24
34	3	4	3	5	5	20	5	5	5	5	5	25
35	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
36	3	3	5	5	5	21	5	5	5	5	5	25
37	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
38	5	5	4	5	5	24	5	5	4	4	4	22
39	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
40	2	2	3	4	3	14	5	5	5	5	5	25
41	3	4	3	4	3	17	4	4	4	4	4	20
42	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	4	22
43	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	5	23
44	5	4	5	4	5	23	5	4	5	5	5	24
45	3	4	5	4	4	20	5	4	4	4	4	21
46	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	5	21
47	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	5	24
48	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
49	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
50	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	23

Lampiran 3. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

		Correlations					Kualitas Produk
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
X1.1	Pearson Correlation	1	,515**	,511**	,502**	,613**	,802**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	,515**	1	,634**	,331*	,430**	,771**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	,019	,002	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	,511**	,634**	1	,448**	,365**	,801**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		,001	,009	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	,502**	,331*	,448**	1	,560**	,722**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,019	,001		<,001	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
X1.5	Pearson Correlation	,613**	,430**	,365**	,560**	1	,748**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,002	,009	<,001		<,001
	N	50	50	50	50	50	50
Kualitas Produk	Pearson Correlation	,802**	,771**	,801**	,722**	,748**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	50	50	50	50	50	50

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

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

2. Hasil Uji Validitas Harga (X2)

		Correlations					Harga
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
X2.1	Pearson Correlation	1	,447**	,795**	,630**	,720**	,856**
	Sig. (2-tailed)		,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	,447**	1	,522**	,593**	,400**	,726**
	Sig. (2-tailed)	,001		<,001	<,001	,004	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	,795**	,522**	1	,653**	,736**	,886**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	,630**	,593**	,653**	1	,664**	,856**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
X2.5	Pearson Correlation	,720**	,400**	,736**	,664**	1	,837**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,004	<,001	<,001		<,001
	N	50	50	50	50	50	50
Harga	Pearson Correlation	,856**	,726**	,886**	,856**	,837**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	50	50	50	50	50	50

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

3. Hasil Uji Validitas Promosi (X3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Promosi
X3.1	Pearson Correlation	1	,780**	,691**	,490**	,686**	,882**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
X3.2	Pearson Correlation	,780**	1	,597**	,533**	,572**	,835**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
X3.3	Pearson Correlation	,691**	,597**	1	,525**	,714**	,839**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
X3.4	Pearson Correlation	,490**	,533**	,525**	1	,783**	,770**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
X3.5	Pearson Correlation	,686**	,572**	,714**	,783**	1	,883**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	50	50	50	50	50	50
Promosi	Pearson Correlation	,882**	,835**	,839**	,770**	,883**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	50	50	50	50	50	50

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

4. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

		Correlations					Kepuasan Konsumen
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
Y.1	Pearson Correlation	1	,804**	,755**	,731**	,763**	,896**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
Y.2	Pearson Correlation	,804**	1	,762**	,769**	,738**	,902**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
Y.3	Pearson Correlation	,755**	,762**	1	,750**	,787**	,900**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
Y.4	Pearson Correlation	,731**	,769**	,750**	1	,826**	,904**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	50	50	50	50	50	50
Y.5	Pearson Correlation	,763**	,738**	,787**	,826**	1	,911**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	50	50	50	50	50	50
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,896**	,902**	,900**	,904**	,911**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	50	50	50	50	50	50

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

5. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	17,34	4,392	,688	,770
X1.2	17,42	4,289	,621	,787
X1.3	17,52	3,847	,628	,791
X1.4	17,30	4,622	,572	,801
X1.5	17,30	4,541	,608	,791

6. Hasil Uji Reliabilitas Harga (X2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	17,46	5,927	,771	,852
X2.2	17,64	6,235	,562	,901
X2.3	17,50	5,724	,814	,841
X2.4	17,28	5,675	,759	,854
X2.5	17,40	6,082	,745	,858

7. Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X3)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	17,32	4,589	,790	,866
X3.2	17,24	5,125	,735	,876
X3.3	17,12	5,169	,744	,874
X3.4	17,04	5,672	,663	,891
X3.5	17,04	5,060	,812	,859

8. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	17,34	8,678	,838	,931
Y.2	17,34	8,515	,845	,930
Y.3	17,42	8,371	,838	,931
Y.4	17,36	8,398	,846	,929
Y.5	17,34	8,596	,860	,927

9. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		
	Std. Deviation		
Most Extreme Differences	Absolute		
	Positive		
	Negative		
Test Statistic			,104
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,174
		Upper Bound	,194

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 334431365.

10. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,363	1,924		5,385	<,001
	Kualitas Produk	-,199	,120	-,297	-1,655	,105
	Harga	-,053	,089	-,093	-,597	,553
	Promosi	-,149	,107	-,243	-1,389	,172

a. Dependent Variable: ABS_RES

11. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,747 ^a	,557	,528	2,487

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

12. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	358,073	3	119,358	19,304	<,001 ^b
	Residual	284,427	46	6,183		
	Total	642,500	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Kualitas Produk

13. Hasil Uji Multikolinearitas, Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,633	3,271		-,805	,425		
	Kualitas Produk	,758	,205	,533	3,702	<,001	,464	2,157
	Harga	,340	,151	,282	2,250	,029	,612	1,633
	Promosi	,021	,182	,016	,112	,911	,486	2,056

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian



Tampak Depan



Tampak Dalam



Pemasangan Jaring Buah



Proses Pematangan Buah



Anggur *Gos'V* Siap Panen



Stok Bibit Anggur



Panen Anggur Arra. 15



Panen Anggur Jupiter



Hasil Panen



Proses Timbang Bobot Anggur



Foto Bersama Pemilik Kebon Baba
Kedai dan Farm



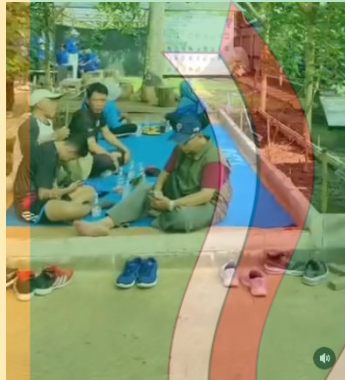
Foto Bersama Responden
(A)



Foto Bersama Responden
(B)



Foto Bersama Responden
(C)



Media Promosi Instagram
(A)



Media Promosi Instagram
(B)

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BUAH ANGGUR JENIS IMPOR HASIL BUDIDAYA LOKAL (Studi Kasus di Kebon Baba Kedai dan Farm, Kecamatan Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan

ORIGINALITY REPORT

