

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Ali, M. W., Waluyo, H. D., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Asdiansyuri, U., & Octavia, Y. F. (2022). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Mcdonald Sriwijaya. *Journal Of Economic Well-Being*, 1(1), 1-10.
- Angga, A. P. W., Qomariah, N., & Izzuddin, A. (2019). Pengaruh Cita Rasa, Keragaman Menu, Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Ayam Solo Talangsari Jember. *Journal Manajemen*.
- Ernestivita, G. (2016). Analisis Pengaruh Place, Promotion, Dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage Di Pt Sucoriners Central Gani Cabang Kediri. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 1(2), 10-20.
- Arianty, N. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Erlianti, D. (2019). Kualitas Pelayanan Publik. *Jurnal Administrasi Publik dan Bisnis (JaPaBis)*, 1(1).
- Fandy, T. (2015). Strategi pemasaran (Salemba 4). Penerbit Andi.
- Kotler, P. (2000). Prinsip-prinsip pemasaran manajemen. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Marketing management 13th ed. New Jersey.
- Kotler, K., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management, 14th, Person Education. Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller.
- Kotler, Philip and Gary Amstronng. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Leksono, R. B., & Herwin, H. (2017). pengaruh harga dan promosi Grab terhadap Brand Image yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen

pengguna transportasi berbasis online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 381-390.

Purwadi, P., & Calam, A. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Pemasangan Lokasi Strategis Wifi. Id Pada Telkom (Studi Kasus Pada Pemasangan Wifi. Id Di Beberapa Lokasi Medan Menggunakan Metode Oreste. *Jurnal Saintikom (Jurnal Sains Manajemen Informatika dan Komputer)*, 19(1), 110-121.

Suryani, T. (2013). Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran.

Lupiyoadi, H. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta. Salemba empat.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta

Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukm Mart Kartika Widya Utama. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 1154-1170.

Mari Ci, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Golden City Residence Kota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).

Marantina, M., Triastity, R., & Wardiningsih, S. S. (2017). Analisis pengaruh fasilitas, harga, kualitas pelayanan dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 17(4).

Hanjaya, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, pengetahuan produk dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian produk capra latte. *Jurnal manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(2), 181-190.

Riftian, N. M., & Sugiyono, S. (2021). Analisa Pengaruh Keragaman Menu, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Usaha Kuliner Manalagi Tropodo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(2).

Sanjaya, S. (2017). Pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian pada pt. Sinar sosro medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).

Cholik, F. I., Rufial, R., & Sari, B. (2022). Pengaruh Harga, Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering Di Bekasi. *Ikraith-Ekonomika*, 5(1), 58-67.

- Njoto, D. P. (2018). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok* (Doctoral dissertation, Universitas Ciputra Surabaya).
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Ake Maumbi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 314-323.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *Jamin: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 41-54.
- Ghodang, H. (2020). Hartono H. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS) ID*, Penerbit Mitra Grup.
- Pramuji, D. I. (2017). *Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Chiba Cafe Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama).
- Sudaryanto, S., N Ari Subagio, N., Awaliyah, I. N., Wulandari, D., & Hanim, A. (2019). Influence of brand image, price and promotion on consumer's buying decision of fast moving consumer's goods with culture as a moderating variable in basmallah retail store in Indonesia.
- Nanda, A. Y. (2018). Analisis strategi pemasaran yang efektif Bagi Pengguna E-Commerce. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)*, 1(1).
- Gulliando, D., & Shihab, M. S. (2019). The effect of product quality, price and promotion on the purchase decision of telkomsel service products. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(9), 419-425.



LAMPIRAN 1
LEMBAR KUISIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kepada Yth

Bapak/Ibu

Perkenalkan nama saya Vauzha Faradiba, mahasiswi Universitas Nasional Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul "Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mcdonald's eat di Jakarta Selatan"

Dengan ini saya memohon kepada bapak/ibu/saudara/i untuk memberikan jawaban sesuai yang dirahasiakan. Kuesioner berhubungan dengan persepsi anda sebagai customer sepeda motor honda beat. Saya akan menjaga data yang bapak/ibu/saudara/i berikan. Terimakasih sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini. Semua informasi dan jawaban yang anda berikan tidak bernilai benar ataupun salah, namun jawaban terbaik adalah jawaban yang sesuai dengan diri anda.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat saya,

Vauzha Faradiba
193402516071

A. Petunjuk Pengisian

Bagian 1 : Identitas Responden

1. Nama Responden
2. Jenis Kelamin
 - a. Laki – Laki
 - b. Perempuan
3. Usia
 - a. 20 – 30 tahun
 - b. 30 – 40 tahun
 - c. < 40 tahun
4. Jenis Pekerjaan
 - a. Mahasiswa/Pelajar
 - b. Karyawan
 - c. Wiraswasta
 - d. Lainnya



Bagian 2 : Petunjuk Pengisian

Pilihlah jawaban pada salah satu kolom alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Keterangan alternatif jawaban sebagai berikut :

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

1. Keragaman Menu (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Cita rasa makanan yang diberikan sangat memuaskan					
2	Memiliki banyak pilihan menu makanan					
3	Jenis makanan dan minuman yang disajikan sesuai yang diinginkan					
4	Porsi makanan dan minuman pas sesuai pesenan					

2. Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Pegawai Mcdonald's Jati Padang dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen					
2	Pelayanan saat dikasir Mcdonald's Jati Padang cepat					
3	Pegawai Mcdonald's Jati Padang tidak pernah lupa memberikan struk belanja kepada konsumen					
4	Pegawai Mcdonald's Jati Padang memberikan sapaan atau ramah kepada konsumen					
5	Kondisi ruangan Mcdonald's Jati Padang tertata rapi dan bersih					

3. Promosi (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Tampilan iklan di TV atau media sosial menarik dan mudah diingat					
2	Penyampaian pesan promosi yang diberikan menarik, jelas, dan sesuai dengan kenyataan sehingga berminat untuk membeli					
3	Promosi yang diberikan Mcdonald's memiliki rentang waktu yang panjang					

4. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli Mcdonald's sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitasnya bagus					
2	Saya memutuskan untuk membeli Mcdonald's setelah membandingkan dengan toko lain					
3	Anda sebagai konsumen setuju bahwa Mcdonald mengikuti trend masa kini					
4	Merasa sangat puas dengan restoran Mcdonald's					

LAMPIRAN 2
TABULASI JAWABAN RESPONDEN

A. Jawaban Kuisisioner Variabel Keragaman Menu (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
1	4	5	4	4	17
2	3	4	5	3	15
3	3	4	5	3	15
4	4	4	4	5	17
5	4	4	4	4	16
6	4	5	4	4	17
7	4	4	4	3	15
8	4	4	3	4	15
9	4	4	5	5	18
10	5	3	5	4	17
11	3	4	3	4	14
12	4	4	5	4	17
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	5	17
16	5	5	5	5	20
17	5	5	4	5	19
18	4	5	5	4	18
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	3	15
21	4	4	3	4	15
22	4	5	5	4	18
23	5	5	5	5	20

24	5	4	4	5	18
25	4	4	4	4	16
26	4	5	4	5	18
27	4	4	4	4	16
28	4	5	4	5	18
29	5	5	5	5	20
30	4	4	5	4	17
31	4	4	4	4	16
32	4	5	4	4	17
33	5	5	5	5	20
34	5	5	5	5	20
35	5	5	5	5	20
36	4	5	4	5	18
37	4	5	5	5	19
38	5	4	5	4	18
39	5	5	5	5	20
40	4	5	4	4	17
41	5	5	5	5	20
42	5	5	5	5	20
43	5	5	5	5	20
44	5	5	5	4	19
45	3	3	4	2	12
46	4	4	5	4	17
47	4	4	5	4	17
48	4	5	4	4	17
49	4	4	5	5	18
50	5	4	4	5	18
51	5	5	5	5	20
52	4	4	4	4	16
53	5	5	5	3	18
54	4	4	4	3	15
55	4	5	5	4	18
56	4	5	5	4	18
57	5	5	5	5	20

58	4	4	4	4	16
59	5	4	5	5	19
60	4	5	5	5	19
61	4	5	4	4	17
62	4	3	4	3	14
63	5	4	5	4	18
64	5	5	5	5	20
65	4	4	4	4	16
66	5	5	5	4	19
67	5	5	5	5	20
68	5	5	3	5	18
69	3	4	3	4	14
70	1	1	1	1	4
71	3	3	3	3	12
72	5	4	5	4	18
73	4	5	4	4	17
74	4	4	4	5	17
75	4	4	4	4	16
76	5	5	4	3	17
77	4	4	4	4	16
78	4	4	4	4	16
79	5	5	5	5	20
80	2	1	1	2	6
81	4	5	4	5	18
82	4	5	5	5	19
83	4	4	4	4	16
84	5	5	5	5	20
85	4	4	4	4	16
86	4	5	4	3	16
87	5	5	5	5	20
88	5	5	5	4	19
89	5	5	5	5	20
90	5	4	3	4	16
91	4	4	4	4	16

92	3	5	5	3	16
93	4	5	4	4	17
94	4	4	4	4	16
95	4	4	4	4	16
96	4	5	4	4	17
97	3	4	4	5	16
98	4	4	4	4	16
99	3	4	3	3	13
100	4	4	4	4	16

B. Jawaban Kuisiomer Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2
1	5	4	5	4	5	23
2	4	5	3	4	5	21
3	4	5	3	4	5	21
4	3	4	4	4	5	20
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	4	4	20
7	4	5	5	4	4	22
8	3	3	5	4	4	19
9	4	4	3	4	4	19
10	4	5	4	4	5	22
11	4	4	4	4	5	21
12	4	5	5	4	4	22
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	4	5	21
16	5	3	4	4	4	20

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

51	5	5	5	5	5	25
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	5	4	4	21
54	4	4	5	4	4	21
55	5	4	5	4	5	23
56	4	4	5	4	4	21
57	5	5	5	5	5	25
58	4	3	5	4	4	20
59	3	3	5	5	5	21
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20
62	5	5	5	5	5	25
63	4	5	4	4	5	22
64	5	5	5	5	5	25
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	5	4	3	20
67	5	5	5	5	5	25
68	4	5	4	5	5	23
69	3	3	3	4	4	17
70	1	1	1	1	1	5
71	3	3	3	3	3	15
72	4	5	5	5	4	23
73	5	5	4	5	5	24
74	5	4	5	4	4	22
75	4	4	4	4	4	20
76	4	3	1	5	5	18
77	4	4	4	4	4	20
78	3	3	4	4	4	18
79	4	4	5	5	3	21
80	1	3	1	3	1	9
81	4	5	4	5	4	22
82	5	5	5	5	5	25
83	4	4	4	4	4	20
84	4	4	5	5	5	23

85	3	4	4	4	4	19
86	3	3	5	5	3	19
87	5	4	4	4	4	21
88	4	5	5	5	4	23
89	5	5	5	5	5	25
90	5	4	3	3	5	20
91	4	4	4	4	4	20
92	4	3	4	4	5	20
93	4	4	5	5	4	22
94	4	4	5	4	4	21
95	4	4	4	4	4	20
96	3	3	4	4	3	17
97	3	4	4	4	5	20
98	4	4	4	4	4	20
99	3	3	5	4	5	20
100	4	4	4	5	4	21

C. Jawaban Kuisiner Variabel Promosi (X3)

No	X3.1	X3.2	X3.3	Total X3
1	4	5	4	13
2	3	4	5	12
3	3	4	5	12
4	3	4	5	12
5	4	4	4	12
6	4	4	4	12
7	3	3	3	9
8	4	5	5	14
9	5	4	5	14
10	4	5	5	14

11	5	4	3	12
12	4	4	5	13
13	4	4	4	12
14	4	4	4	12
15	4	5	5	14
16	4	4	3	11
17	5	4	5	14
18	4	4	4	12
19	3	4	4	11
20	4	3	4	11
21	3	3	5	11
22	4	5	5	14
23	4	4	5	13
24	3	5	5	13
25	4	5	5	14
26	5	5	4	14
27	3	4	4	11
28	4	4	5	13
29	5	5	5	15
30	4	4	4	12
31	3	4	3	10
32	4	5	4	13
33	5	5	5	15
34	4	5	5	14
35	5	5	5	15
36	5	4	4	13
37	4	4	4	12
38	3	4	4	11
39	5	5	5	15
40	4	4	2	10

41	5	5	5	15
42	5	5	5	15
43	5	5	4	14
44	4	4	3	11
45	4	4	4	12
46	4	4	4	12
47	4	4	3	11
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	4	5	4	13
51	5	5	5	15
52	4	4	4	12
53	5	4	4	13
54	4	4	3	11
55	4	4	5	13
56	5	5	3	13
57	5	5	5	15
58	4	4	3	11
59	5	4	5	14
60	4	4	4	12
61	4	4	4	12
62	5	5	5	15
63	4	4	5	13
64	5	5	5	15
65	4	4	4	12
66	5	4	4	13
67	5	5	5	15
68	5	4	4	13
69	3	4	3	10
70	1	1	4	6
71	3	3	3	9

72	5	5	5	15
73	4	4	3	11
74	4	4	5	13
75	5	4	3	12
76	5	5	5	15
77	4	4	4	12
78	4	4	3	11
79	5	4	5	14
80	1	1	2	4
81	4	5	4	13
82	5	5	5	15
83	4	4	4	12
84	4	5	4	13
85	3	3	3	9
86	3	3	3	9
87	5	5	5	15
88	5	5	4	14
89	4	4	5	13
90	3	4	4	11
91	4	4	4	12
92	5	3	4	12
93	4	4	5	13
94	4	4	4	12
95	4	4	4	12
96	4	4	4	12
97	5	5	3	13
98	4	4	4	12
99	4	4	4	12
100	4	5	4	13

D. Jawaban Kuisiner Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Total Y
1	4	5	4	5	18
2	3	4	5	3	15
3	3	4	5	3	15
4	3	4	4	4	15
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16
7	5	4	4	4	17
8	4	4	5	5	18
9	4	4	4	5	17
10	5	2	5	4	16
11	4	4	4	5	17
12	4	4	5	5	18
13	4	4	4	4	16
14	5	5	5	5	20
15	4	4	5	5	18
16	5	5	5	5	20
17	5	4	5	5	19
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16
20	4	3	4	4	15
21	4	3	3	3	13
22	4	5	4	4	17
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	4	5	4	4	17
26	5	3	4	4	16
27	4	3	3	3	13

28	4	4	5	4	17
29	5	5	5	5	20
30	5	4	5	5	19
31	4	4	4	4	16
32	5	4	5	4	18
33	5	5	5	5	20
34	5	5	5	5	20
35	5	5	5	5	20
36	3	4	4	4	15
37	4	4	4	4	16
38	5	3	5	5	18
39	5	5	5	5	20
40	4	4	4	4	16
41	5	5	5	5	20
42	5	5	5	5	20
43	5	3	4	5	17
44	4	3	5	5	17
45	4	2	4	4	14
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	5	17
49	4	3	4	4	15
50	5	4	5	4	18
51	5	5	5	5	20
52	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16
54	4	4	5	4	17
55	5	4	4	5	18
56	4	3	5	4	16
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16

59	5	5	4	5	19
60	4	4	4	4	16
61	4	4	4	4	16
62	4	3	5	5	17
63	4	5	4	5	18
64	5	3	5	5	18
65	4	3	4	4	15
66	5	3	5	4	17
67	5	5	5	5	20
68	5	4	5	4	18
69	3	4	4	4	15
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	4	4	4	4	16
73	4	2	4	5	15
74	4	5	5	4	18
75	5	3	3	4	15
76	5	5	5	5	20
77	4	4	4	4	16
78	4	3	4	4	15
79	5	5	5	5	20
80	1	1	1	3	6
81	4	5	4	5	18
82	5	5	5	5	20
83	4	4	4	4	16
84	5	5	5	5	20
85	3	3	3	4	13
86	3	3	3	3	12
87	5	5	4	5	19
88	5	4	5	4	18
89	5	3	5	5	18

90	5	4	4	5	18
91	4	4	5	5	18
92	4	4	4	3	15
93	4	5	4	4	17
94	4	4	4	4	16
95	4	4	4	4	16
96	4	4	4	4	16
97	5	5	4	4	18
98	4	4	4	4	16
99	3	3	4	4	14
100	4	5	4	5	18



LAMPIRAN 3

HASIL PENGUJIAN PENELITIAN

A. Uji Validitas

1. Keragaman Menu (X1)

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Keragaman Menu
X1.1	Pearson Correlation	1	.162	.294**	.237*	.678**
	Sig. (2-tailed)		.108	.003	.018	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.162	1	.238*	.112	.572**
	Sig. (2-tailed)	.108		.017	.267	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.294**	.238*	1	.090	.657**
	Sig. (2-tailed)	.003	.017		.374	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.237*	.112	.090	1	.594**
	Sig. (2-tailed)	.018	.267	.374		.000
	N	100	100	100	100	100
Keragaman Menu	Pearson Correlation	.678**	.572**	.657**	.594**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

2. Kualitas Pelayanan (X2)

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Kualitas Pelayanan
X2.1	Pearson Correlation	1	.405**	.135	.275**	.325**	.696**
	Sig. (2-tailed)		.000	.180	.006	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.405**	1	.031	.284**	.289**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000		.757	.004	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.135	.031	1	.204*	-.037	.449**
	Sig. (2-tailed)	.180	.757		.042	.712	.000

	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.275**	.284**	.204*	1	.191	.628**
	Sig. (2-tailed)	.006	.004	.042		.057	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.325**	.289**	-.037	.191	1	.586**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.712	.057		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kualitas Pelayan an	Pearson Correlation	.696**	.673**	.449**	.628**	.586**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

3. Promosi (X3)

		Correlations			
		X3.1	X3.2	X3.3	Promosi
X3.1	Pearson Correlation	1	.280**	.061	.667**
	Sig. (2-tailed)		.005	.548	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.280**	1	.235*	.708**
	Sig. (2-tailed)	.005		.019	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.061	.235*	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	.548	.019		.000
	N	100	100	100	100
Promosi	Pearson Correlation	.667**	.708**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).					

4. Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	Keputusan Pembelian
Y1	Pearson Correlation	1	.128	.234*	.451**	.678**
	Sig. (2-tailed)		.206	.019	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.128	1	.145	.193	.616**
	Sig. (2-tailed)	.206		.150	.054	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.234*	.145	1	.275**	.605**

	Sig. (2-tailed)	.019	.150		.006	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.451**	.193	.275**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.054	.006		.000
	N	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.678**	.616**	.605**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

B. Uji Reliabilitas

1. Keragaman Menu (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.860	4

2. Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.842	5

3. Promosi (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	3

4. Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.785	4

C. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N	100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.51798187
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.048
Test Statistic	.074	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}	
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

D. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.239	1.149		5.432	.000		
	Keragaman Menu	.317	.105	.369	3.017	.003	.333	3.001
	Kualitas Pelayanan	-.138	.092	-.191	-1.492	.139	.305	3.275
	Promosi	.656	.139	.560	4.724	.000	.355	2.815
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian								

E. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.684	.634		5.811	.000
	Keragaman Menu	-.041	.058	-.115	-.705	.482
	Kualitas Pelayanan	-.011	.051	-.038	-.225	.823

	Promosi	-.123	.077	-.254	-1.607	.111
a. Dependent Variable: Abs_Res						

F. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.721 ^a	.520	.505	1.542	1.764
a. Predictors: (Constant), Promosi, Keragaman Menu, Kualitas Pelayanan					
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

G. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.239	1.149		5.432	.000
	Keragaman Menu	.317	.105	.369	3.017	.003
	Kualitas Pelayanan	-.138	.092	-.191	-1.492	.139
	Promosi	.656	.139	.560	4.724	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

H. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247.237	3	82.412	34.681	.000 ^b
	Residual	228.123	96	2.376		
	Total	475.360	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Promosi, Keragaman Menu, Kualitas Pelayanan						

I. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.520	.505	1.542
a. Predictors: (Constant), Promosi, Keragaman Menu, Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

J. Pengujian Hipotesis (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.239	1.149		5.432	.000
	Keragaman Menu	.317	.105	.369	3.017	.003
	Kualitas Pelayanan	-.138	.092	-.191	-1.492	.139
	Promosi	.656	.139	.560	4.724	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



LAMPIRAN 4
BUKTI BIMBINGAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

S1- Manajemen, S1- Akuntansi, dan S1- Pariwisata

JL. Sawo Manila No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193402516071
Nama : VAUZHA FARADIBA
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
14 November, 2022	berikut saya lampirkan bab 1 saya	Sudah Ditanggapi
14 November, 2022	berikut saya lampirkan bab 2 saya	Sudah Ditanggapi
14 November, 2022	berikut saya lampirkan bab 3 saya	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
4 February, 2023	berikut revisi bab 1	Sudah Ditanggapi
4 February, 2023	berikut revisi bab 2	Sudah Ditanggapi
4 February, 2023	berikut revisi bab 3	Sudah Ditanggapi
4 February, 2023	ini yang fix nya ya bu	Sudah Ditanggapi
4 February, 2023	berikut revisi bab 4	Sudah Ditanggapi
4 February, 2023	berikut revisi bab 5	Sudah Ditanggapi
4 February, 2023	ini yang fix nya bu	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
4 February, 2023	ini daftar isi saya ya bu	Sudah Ditanggapi



LAMIRAN 5
HASIL TURNITIN

VAUZHA FARADIBA - TA

ORIGINALITY REPORT

12%	15%	6%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.umsu.ac.id Internet Source	3%
2	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	2%
3	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	2%
4	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
5	eprints.peradaban.ac.id Internet Source	1%
6	eprints.ubhara.ac.id Internet Source	1%
7	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
8	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
9	media.neliti.com Internet Source	1%