

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, N. (2015). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika Vol 1, 3, 2*.
- Laela Ella. (2021). Kualitas Makanan, Pel, Harga - Minat Beli Ulang Ciganea. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 180–186.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.75>. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99.
- Nicholas, J. M. L., & Edvin, F. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan brand image terhadap keputusan membeli di kopi kenangan pasar minggu. *Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 180–189.
- Prabowo, S. A. (2018). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mirota Kampus Godean. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(7), 155–126.
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Citra Kenangan Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39.
- Rahmawati, E. P., & Purwanto, S. (2022). Optimasi Media Sosial Instagram Sebagai Penunjang Digital Marketing Pada Pt Disty Teknologi Indonesia. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 36–40. https://jurnalkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Rosida, R., & Haryanti, I. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nithalian Collection Bima). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 150–160. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i2.235>
- Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang Konsumen Keretaapi Kelas Eksekutif Argo Parahyangan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(1), 30–44. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v15i1.642>
- Selvi, S., & Ningrum, L. (2020). Gaya Hidup Minum Kopi Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus Pada Kopi Kenangan Gandaria City - Jakarta). *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(01), 23–30. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v14i01.15>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*.
- Sugiyono. (2019). No Title. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. (p. 147).
- Warganegara, T. L. P., & Safitri, D. (2023). Pengaruh Promosi Online dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk UMKM Kopi Kenangan Ruko Ahmad Yani di Bandar Lampung. *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 521–529. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1159>
- Kusuma, Rizal Wahyu, and Suwitho. 2015. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*

4(12):1–17.

Johar, Diah Syafita, Srikandi Kumadji, and Muhammad Kholid Mawardi. 2015. “Pengaruh AIDA (Attention,Interest,Desire, Action) Terhadap Efektifitas Iklan Online.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 26(1):1–10.

Ngatno, Dr. Drs. 2017. “Manajemen Pemasaran.” 361

Wahyuni, Sri, and Jonianto Pardamean. 2016. “Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas.” *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 3(1):29–30.

Muhani, and Hanum San Sabillah. 2022. “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Word Of Mouth, Kualitas Website, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan FAIR VALUE* 04(03):1114–27.

Rondonuwu & Tamengkel (2016). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pasar Swalayan Borobudur Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, Volume. 4(4), pp. 1–8.

Sugiyono. 201. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Bandung



Lampiran 1
KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kepada Yth

Saudara/i

Perkenalkan nama saya Yogi Alfaizi, mahasiswa Universitas Nasional Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **"PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG DI KOPI KENANGAN DI MALL EPICENTRUM "**

Dengan ini saya memohon kepada saudara/i untuk memberikan jawaban sesuai. Kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Beli Ulang Produk Kopi Kenangan. Jawaban saudara akan saya jaga kerahasiaannya sesuai dengan kode etik penelitian. 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,



Yogi Alfaizi



A. Petunjuk

Bagian 1: Identitas Responden

1. Nama Responden
2. Jenis Kelamin
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia
 - <20 Tahun
 - 21-30 Tahun
 - >30 Tahun
4. Pekerjaan
 - Mahasiswa/Pelajar
 - Pekerja
 - Wirausaha
 - Lainnya
5. Apakah anda mengikuti akun Instagram Kopi kenangan?
 - Iya
 - Tidak
6. Pernah membeli produk Kopi Kenangan lebih dari 1 kali?
 - Iya
 - Tidak

B. Petunjuk Pengisian

Piihlah 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. Kualitas Produk (X1)

Pernyataan	Frekuensi Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
<i>Presentation (tampilan)</i>					
Kopi kenangan memiliki tampilan yang dapat menggugah selera.					
<i>Taste (Rasa)</i>					
Kopi Kenangan memiliki rasa yang ciri khas					
<i>Innovative (inovasi makanan)</i>					
Kopi Kenangan Memiliki banyak menu makanan dan minuman					

2. Promosi Online (X2)

Pernyataan	Frekuensi Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
Pesan Promosi					
Saya menyukai cara Kopi kenangan dalam memberikan promosinya dan saya merasa puas dengan adanya pesan promosi yang diberikan oleh kopi Kenangan					
Media Promosi					
Mudah ditemukan setiap promosi yang dilakukan oleh Kopi Kenangan Saya lebih menyukai promosi lewat media sosial instagram					
Frekuensi Promosi					
Promosi minuman yang sering dilakukan oleh Kopi kenangan membuat saya mengingat produk tersebut					

3. Persepsi Harga (X3)

Pernyataan	Frekuensi Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
Keterjangkauan Harga					
Harga yang di tawarkan oleh Kopi Kenangan cukup murah					
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk					
Kami percaya bahwa setiap orang berhak menikmati kualitas kopi berkualitas tinggi, tanpa harus membayar lebih mahal					
Daya Saing Harga					
Kopi kenangan memiliki harga yang lebih murah dibanding pesaing seperti Pesaing					
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat					
Harga cukup sesuai dengan rasa minuman yang didapat					

4. Minat Beli Ulang (Y)

Pernyataan	Frekuensi Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
Minat Eksploratif					
Saya mencari informasi serta ulasan Produk Kopi Kenangan sebelum membeli					
Minat Refrensial					
Saya merekomendasikan minuman Kopi kenangan kepada keluarga, teman, dan kerabat saya					
Minat Transaksional					
Saya membeli Kopi Kenangan dikarenakan banyak promo menarik					

Lampiran 2

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X1)

VARIABEL X1 (IKLAN)			
X1.1	X1.2	X1.2	Total X1
5	5	4	14
4	3	2	9
4	4	4	12
5	5	4	14
5	5	5	15
4	4	4	12
3	3	3	9
5	4	3	12
4	4	4	12
4	5	4	13
5	5	4	14
5	4	2	11
3	3	3	9
4	4	4	12
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
3	3	5	11
5	3	5	13
5	5	5	15
5	4	3	12
4	4	4	12
5	4	5	14
5	4	5	14
3	3	4	10
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	4	14
4	4	4	12
5	4	5	14
4	4	4	12
5	5	5	15
4	5	4	13
5	5	3	13
5	4	4	13
4	4	4	12
4	3	3	10
5	5	5	15
3	4	4	11

4	4	4	12
4	4	4	12
3	4	2	9
4	5	4	13
5	4	5	14
4	5	3	12
4	3	4	11
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	5	4	14
4	5	4	13
5	4	5	14
1	4	4	9
3	2	2	7
2	2	3	7
2	3	5	10
5	3	2	10
3	2	4	9
3	1	3	7
5	3	2	10
4	1	3	8
3	3	4	10
4	4	4	12
4	3	3	10
4	5	4	13
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	4	14
5	5	5	15
4	5	5	14
4	5	4	13
5	4	5	14
4	5	4	13
4	5	5	14
5	5	4	14
4	4	2	10
4	4	5	13
4	4	4	12
5	4	5	14
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	4	13
3	4	5	12
4	4	3	11

4	3	3	10
4	4	4	12
4	4	4	12
5	2	3	10
4	4	4	12
5	5	3	13
4	5	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	5	14
4	5	4	13
4	5	4	13
5	5	5	15
4	4	3	11



Jawaban Kuesioner Variabel Promosi Online (X2)

VARIABEL X2 (PROMOSI ONLINE)			
X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
4	5	4	13
4	4	3	11
4	5	4	13
4	4	5	13
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	2	8
5	4	5	14
4	4	4	12
4	5	4	13
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	4	12
4	5	5	14
4	5	4	13
5	5	4	14
5	5	5	15
3	3	3	9
5	4	5	14
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	4	12
3	4	4	11
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	3	11
4	5	5	14
5	4	4	13
4	5	5	14
4	4	4	12
5	5	5	15
4	5	4	13
5	5	5	15
4	5	5	14
4	4	4	12
3	4	4	11
5	5	5	15
4	4	3	11
3	3	4	10
4	4	4	12
2	4	1	7
4	4	5	13

4	5	5	14
4	3	5	12
4	3	3	10
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
4	5	4	13
4	5	5	14
5	4	5	14
3	3	3	9
4	4	3	11
2	4	4	10
3	3	4	10
4	4	3	11
2	3	4	9
4	2	3	9
3	4	4	11
4	4	3	11
4	4	5	13
4	5	4	13
4	5	4	13
5	5	4	14
5	4	5	14
5	5	5	15
4	4	5	13
5	4	5	14
4	4	5	13
4	4	5	13
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
4	5	5	14
4	5	3	12
4	4	5	13
4	4	4	12
4	5	5	14
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	5	4	13
4	3	5	12
4	4	3	11
4	3	3	10
4	4	4	12

5	5	5	15
4	5	5	14
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	5	14
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	5	14
4	5	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	3	11



Jawaban Kuesioner Variabel Persepsi Harga (X3)

VARIABEL X3 (PERSEPSI HARGA)				
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total X3
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
3	5	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
2	3	4	3	12
5	5	2	5	17
4	3	4	4	15
5	4	4	5	18
4	5	5	5	19
3	4	1	3	11
4	3	4	4	15
3	4	5	4	16
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
3	3	3	3	12
1	5	5	1	12
5	5	5	5	20
5	5	1	1	12
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
3	3	4	2	12
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
4	5	4	4	17
3	4	2	3	12
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
3	3	5	5	16
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
3	5	3	4	15
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
2	3	3	3	11
4	4	4	4	16
2	4	4	4	14
4	5	4	5	18

4	5	5	4	18
4	5	5	5	19
5	4	4	5	18
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
3	4	3	4	14
3	1	2	3	9
5	3	3	4	15
5	5	4	3	17
3	4	3	4	14
4	4	2	4	14
2	5	4	4	15
5	2	4	2	13
2	3	2	4	11
3	4	4	3	14
4	4	5	4	17
3	4	4	5	16
4	5	5	4	18
5	5	4	4	18
4	4	5	4	17
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
3	4	3	4	14
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
3	3	4	3	13
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16

5	5	5	5	20
4	5	2	4	15
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
5	5	4	4	18
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	5	4	4	17
3	4	5	5	17
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15



Jawaban Kuesioner Variabel Minat Beli Ulang (Y)

VARIABEL Y (MINAT BELI ULANG)			
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Total Y
4	5	4	13
5	4	4	13
4	4	4	12
5	5	4	14
4	4	4	12
4	5	4	13
3	3	2	8
5	4	4	13
4	4	4	12
4	5	5	14
5	5	4	14
5	3	3	11
4	4	3	11
5	4	3	12
5	4	4	13
5	5	5	15
5	4	5	14
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	4	12
5	4	4	13
4	5	3	12
4	4	4	12
5	5	5	15
5	4	4	13
5	5	5	15
4	4	4	12
4	5	5	14
4	4	4	12
5	5	5	15
4	5	4	13
5	5	5	15
5	5	4	14
4	4	4	12
4	3	3	10
5	5	5	15
3	4	5	12
2	3	2	7
4	4	4	12
1	4	2	7
5	5	5	15

4	4	4	12
3	5	4	12
5	5	4	14
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
4	5	4	13
5	4	4	13
4	5	5	14
5	5	5	15
4	4	4	12
3	5	2	10
4	4	4	12
3	4	2	9
4	3	4	11
3	4	1	8
3	5	5	13
4	2	3	9
4	2	5	11
4	2	5	11
4	5	5	14
5	4	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	4	13
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	5	15
5	4	4	13
5	5	4	14
5	5	5	15
5	4	3	12
3	4	3	10
4	4	4	12
5	5	5	15
3	4	4	11
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	4	13
4	5	4	13
4	4	4	12
5	3	4	12
4	4	4	12

4	4	4	12
4	4	2	10
4	4	4	12
4	4	3	11
5	4	5	14
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	5	14
4	5	4	13
4	5	4	13
5	4	4	13
4	4	4	12



Lampiran 3

Analisis Deskriptif dan Frekuensi

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Iklan	100	7	15	12,31	1,926
Promosi	100	7	15	12,62	1,739
Harga	100	9	20	16,52	2,427
Keputusan Pembelian	100	7	15	12,53	1,834
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	1	5	4,25	,809
X1.2	100	1	5	4,08	,861
X1.3	100	2	5	3,98	,876
X2.1	100	2	5	4,14	,682
X2.2	100	2	5	4,24	,668
X2.3	100	1	5	4,24	,806
X3.1	100	1	5	4,00	,899
X3.2	100	1	5	4,26	,747
X3.3	100	1	5	4,12	,891
X3.4	100	1	5	4,14	,841
Y1	100	1	5	4,27	,777
Y2	100	2	5	4,23	,679
Y3	100	1	5	4,03	,870
Valid N (listwise)	100				

Statistics

	Jenis Kelamin	Usia	Program Studi	Pekerjaan	Sudah Follow akun instagram	Pernah membeli produk lebih dari 1
N Valid	100	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0	0

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	46	46,0	46,0	46,0
Perempuan	54	54,0	54,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 Tahun	22	22,0	22,0	22,0
	21-30 Tahun	77	77,0	77,0	99,0
	31-40 Tahun	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa/ pelajar	72	72,0	72,0	72,0
	Pekerja	22	22,0	22,0	94,0
	Lainnya	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sudah Follow akun Instagram kopi kenangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iya	94	94,0	94,0	94,0
	tidak	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pernah Transaksi Lebih dari 1 Kali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iya	100	100,0	100,0	100,0

Lampiran 4

Uji validitas dan reabilitas Kualitas Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,626	3

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	8,06	2,118	,399	,575
X1.2	8,23	1,734	,545	,361
X1.3	8,33	2,021	,370	,620

Lampiran 5

Uji Validitas dan Reabilitas Promosi Online (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,726	3

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	8,48	1,545	,599	,582
X2.2	8,38	1,733	,481	,714
X2.3	8,38	1,309	,580	,606

Lampiran 6

Uji Validitas dan Reabilitas Persepsi Harga (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,684	4

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	12,52	3,565	,446	,634
X3.2	12,26	4,093	,409	,654
X3.3	12,40	3,576	,451	,630
X3.4	12,38	3,410	,570	,550

Lampiran 7

Uji Validitas dan Reabilitas Minat Beli Ulang(Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

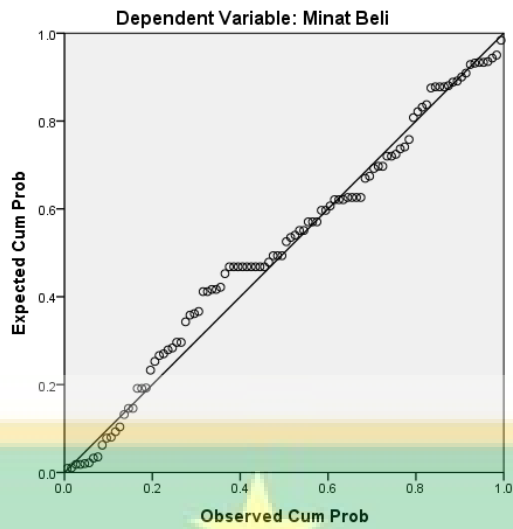
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,687	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	8,26	1,689	,530	,558
Y2	8,30	2,152	,376	,736
Y3	8,50	1,343	,626	,415

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,00	
	Std. Deviation	1,150	
Most Extreme Differences	Absolute	,100	
	Positive	,052	
	Negative	-,100	
Test Statistic		,100	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,015 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,255 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,244
		Upper Bound	,266

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,295	,940		1,378	,171		
Kualitas Harga	,015	,097	,016	,157	,875	,393	2,543
Promosi Online	,379	,100	,360	3,791	,000	,455	2,199
Persepsi Harga	,379	,065	,502	5,853	,000	,558	1,794

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,525	,573		4,405	,000
Kualitas Produk	-,073	,059	-,191	1,231	,221
Promosi Online	-,034	,061	-,081	-,559	,577
Persepsi Harga	-,019	,039	-,063	-,487	,627

a. Dependent Variable: abs_res

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,779 ^a	,607	,595	1,167

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

b. Dependent Variable: Minat Beli

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,779 ^a	,607	,595	1,167	1,984

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

b. Dependent Variable: Minat Beli

Lampiran 9

Uji Regresi Linear Berganda dan Kelayakan Model

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	1,295	,940		1,378	,171			
Kualitas Produk	,015	,097	,016	,157	,875	,602	,016	,010
Promosi	,379	,100	,360	3,791	,000	,659	,361	,243
Harga	,379	,065	,502	5,853	,000	,718	,513	,374

a. Dependent Variable: Minat Beli

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	202,074	3	67,358	49,423	,000 ^b
Residual	130,836	96	1,363		
Total	332,910	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,779 ^a	,607	,595	1,167

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

b. Dependent Variable: Minat Beli



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 : 193402516427
Nama : YOGI ALFAIZI
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
15 May, 2023	pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan pengunjung melalui media sosial instagram	Sudah Ditanggapi
17 May, 2023	bimbingan zoom pada tanggal 14 mei 2023 pergantian judul skripsi bab 1 dan bab 2	Sudah Ditanggapi
17 May, 2023	bab 3	Sudah Ditanggapi

17 May, 2023	revisi bab 1 - 3 penulisan	Sudah Ditanggapi
--------------	----------------------------	------------------

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
12 August, 2023	revisi seminar proposal	Sudah Ditanggapi
12 August, 2023	kuesioner untuk penelitian di bab4	Sudah Ditanggapi
12 August, 2023	bab 4-5	Sudah Ditanggapi
12 August, 2023	revisi bab 4	Sudah Ditanggapi



YOGI ALFAIZI - TA

ORIGINALITY REPORT

3%
SIMILARITY INDEX

1%
INTERNET SOURCES

1%
PUBLICATIONS

3%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unas.ac.id Internet Source	1%
2	Submitted to Universitas Bengkulu Student Paper	1%
3	Submitted to UIN Sultan Syarif Kasim Riau Student Paper	1%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%

