

DAFTAR PUSTAKA

- Atiningsih, Suci dan Aulia Cahya Ningtyas 2019. pengaruh kompetensi aparatur pengelola dana desa, partisipasi masyarakat, dan sistem pengendalian internal terhadap akuntabilitas pengelolaan dana desa (studi pada aparatur pemerintah desa se-kecamatan banyudono kabupaten boyolali). Jurnal ilmu manajemen dan akuntansi terapan (jimat) volume 10 nomor 1.
- Al Rasyid, Harun dan Agus Tri Indah. 2018. Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. Perspektif Vol. XVI.
- Almira, Amelia dan JE Sutanto. 2018. pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian maison nob. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 3.
- Anim, Albina dan Ni Luh Putu Indian. 2020. Pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kembali (studi kasus pada start up coffee renon denpasar). Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (online) Volume 5, No. 1.
- Amanda, Livia. 2019. uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota padang, Jurnal Matematika UNAND Vol. VIII No. 1
- Ernawati, Diah. 2019. pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk hi jack sandals bandung. Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 7 Nomor 1
- Elwisam, Rahayu Lestari. 2019. penerapan strategi pemasaran, inovasi produk kreatif dan orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja pemasaran umkm. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.4, No.2
- Haryanti, Sri. Analisis strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk batik pada pt. danar hadi surakarta.
- Ikhsani, Khilyatin dan Agung Hudaya, 2020, model niat pembelian kembali: analisis kesadaran merek, asosiasi merek, dan loyalitas merek (studi kasus produk private label pada toko alfamidi di kota tangerang). Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan (JPMK) Volume 1, Issue 1
- Khomilah, M. (2020). Pengaruh Promosi, Atribut Toko (Store Attributes), dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Nick Coffe di Kota Bengkulu.
- Muzdalifah, 2019. Pengaruh cita rasa dan harga terhadap kepuasan konsumen pada hisana fried chicken di kota makassar. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Melda dkk, 2020. pengaruh keragaman produk, cita rasa dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Jurnal Etrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS) Volume1 Nomor 2.
- Maimunah, Siti. 2019. pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. IQTISHADEquity

Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Vol. 1, No. 2, Tahun 2019, ISSN: 2622-6367.

- Mahendra, Supri dkk. 2021. Pengaruh Inovasi Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penelitian Konsumen Pada Roemah Bata Café & Resto Medan. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI).
- Nasution, Asrizal Efendy dkk. 2021. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan, 1(1), 2019, hal 194-199.
- Ningrum Kusuma, Aprilian. 2018, Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Avoidance Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016). Balance Vol. XV No. 1.
- Pradini, Gagih dan Frita Pratami. 2022. dampak brand image, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas customer di oma kopi depok. Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia Vol. 7, No. 3
- Pramudita, Anggi. 2023. Simetri Coffee Roasters Bekasi Harga Menu, Daya Tarik & Lokasi. Diakses pada 31 Maret 2023 dari <https://suwatu.com/simetricoffee-roasters-bekasi.html>.
- Rahmanto, Khanif. 2016. pengaruh tingkat religiusitas, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap minat masyarakat desa sraten kab. semarang untuk menabung di bank syariah. institut agama islam negeri (iain) salatiga.
- Sitinjak, Lulu Novena. 2018. pengaruh lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan. universitasbrawijaya
- Setyarini, Adhista. 2020. analisis pengaruh car, npl, nim, bopo, ldr terhadap roa. research fair unisri 2019 vol 4, number 1.
- Saragih, Roselinda. 2022. pengaruh karakteristik wirausaha dan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha umkm kuliner di kota medan. Repository Universitas HKBP Nommensen
- Suryani, Popong dkk. 2020. pengaruh motivasi dan gaya kepemimpinan terhadap produktivitas kerja pada karyawan bagian produksi di pt tuntex garment indonesia. Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR) Volume:1 No: 1
- Ulfa, Rafika. Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. Jurnal Pendidikan dan Keislaman. Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Batu Bara
- Wulandari, E. E. (2021). Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eleven Cafe Di Kota Bengkulu. Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS) e-ISSN 2721-5415, 74- 86.
- Zaqi, Muhammad dan Gagih Pradini. 2022. influence of brand image and the quality of service to the decision to stay at reddorz pondok labu. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 11No. 3

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh, kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Perkenalkan saya Mutia Vella Meilida, salah satu mahasiswa di Universitas Nasional dengan Prodi Pariwisata. Saat ini saya sedang melakukan penelitian



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh, kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Perkenalkan saya Mutia Vella Meilida, salah satu mahasiswa di Universitas Nasional dengan Prodi Pariwisata. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul " **Pengaruh Cita Rasa dan Inovasi *Bittersweet Chocolate* Terhadap Keputusan Pembelian Kembali di Simetri Coffee Roasters Bekasi**".

Berikut ini merupakan kuesioner untuk mendukung keabsahan penelitian yang sedang saya lakukan. Oleh karena itu, izinkan saya meminta waktu teman-teman untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang telah saya sajikan.

Atas bantuan teman-teman, saya ucapkan terima kasih. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Data Responden

1. Email:
2. Nama:
3. Jenis Kelamin:
4. Laki – Laki Perempuan
5. Umur :
 - a. 17 – 25 tahun
 - b. 25 – 33 tahun
 - c. 33 – 41 tahun
 - d. > 41 tahun
6. Pekerjaan:
 - a. Pelajar
 - b. Mahasiswa
 - c. Pegawai
 - d. Negeri
 - e. Pegawai Swasta
 - f. Wirausaha

Daftar Kuesioner

Petunjuk Pemilihan Jawaban :

Sebelum menjawab pertanyaan bacalah terlebih dahulu pertanyaan dan pernyataan dengan teliti

Jawablah pertanyaan dan pernyataan sesuai dengan pendapat anda Keterangan:

SS : Sangat Setuju S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Variabel X1 : Cita Rasa

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Cita Rasa (X1)						
Aroma						
1.	Aroma makanan dari bittersweet chocolate sangat menggugah selera					
2.	Makanan bittersweet chocolate memiliki aroma yang khas dan enak					
Rasa						
1.	Rasa dari bittersweet chocolate di Simetri Coffe sangat nikmat di lidah					
2.	Makanan Bittersweet Chocolate memiliki cita rasa manis					
Rangsang mulut						
1.	Bittersweet chocolate memiliki tekstur yang pas					
2.	Tampilan bittersweet chocolate di Simetri Coffe sangat menarik					

Variabel X2 Inovasi Produk

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Inovasi Produk (X2)						
Perluasan Produk (line extensions)						
1.	Bittersweet chocolate Simetri Coffe adalah menu baru yang belum pernah dibuat oleh coffe shop lainnya					

2.	Bittersweet chocolate salah satu menu yang sudah familiar					
Peniruan Produk (<i>me too products</i>)						
1.	Bittersweet chocolate memiliki ciri khas yang berbeda dengan coffe shop lainnya.					
2.	Produk bittersweet chocolate adalah produk tidak mudah ditiru walaupun sudah banyak dikenal					
Produk Baru (<i>new too the word products</i>)						
1.	Perbaikan selalu dilakukan oleh Simetri Coffe untuk meningkatkan kualitasnya					
2.	Bittersweet chocolate memungkinkan untuk masuk dalam persaingan pasar yang telah ada					

Variabel Y : Pembelian Kembali

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Pembelian Kembali (Y)						
Kemaptapan pada sebuah produk						
1.	Memiliki keinginan atau kemantapan untuk membeli bittersweet chocolate di Simetri Coffe karena rasanya lezat					
2.	Lebih memilih produk Bittersweet Chocolate dari produk yang lain					
Kebiasaan dalam membeli produk						
1.	Memiliki rencana untuk merekomendasikan bittersweet chocolate kepada orang lain.					

2.	Terbiasa mengonsumsi atau membeli bittersweet chocolate di Simetri Coffe					
Memberikan rekomendasi kepada orang lain						
1.	Tertarik untuk melakukan pembelian kembali produk bittersweet chocolate					
2.	Merasa puas setelah menikmati bittersweet chocolate di Simetri Coffe dan melakukan pembelian ulang					



Lampiran 2 Hasil Kuesioner

1. Data tabulasi hasil kuesioner variabel Cita Rasa (X1)

X1.1	XI.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X1
4	4	5	3	4	5	25
3	3	2	1	1	2	12
4	4	5	4	4	5	26
4	4	3	4	4	3	22
5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	4	4	28
3	2	3	4	3	2	17
5	5	5	4	5	4	28
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	4	5	29
5	5	4	4	4	4	26
5	3	4	5	3	5	25
3	3	4	5	4	4	23
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	3	3	4	21
4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24

3	4	3	4	4	5	23
4	4	5	4	4	3	24
3	3	3	4	3	3	19
5	5	4	4	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	3	3	22
3	4	3	5	3	2	20
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	3	3	3	24
4	4	4	5	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	4	23
5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	5	5	30
3	5	4	4	5	4	25
4	4	4	4	4	5	25
4	3	4	5	4	4	24
3	3	4	4	4	4	22

3	2	2	2	1	1	11
2	3	2	4	2	2	15
3	2	4	2	4	4	19
4	4	4	4	4	3	23
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	4	5	28
5	5	4	4	4	5	27
1	1	1	1	1	1	6
4	5	5	5	4	5	28
3	5	2	2	2	3	17
4	4	4	4	4	4	24
5	5	3	5	5	5	28
4	5	5	5	5	5	29
2	4	4	4	2	4	20
5	5	4	4	4	4	26
4	4	5	4	3	3	23
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	5	4	27

5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	5	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	4	25
4	4	5	4	5	4	26
4	3	4	4	4	4	23
3	4	4	5	4	5	25
5	5	5	5	2	5	27
4	4	4	5	4	4	25
5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	5	5	5	27
4	4	3	5	4	3	23
4	4	4	5	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	4	3	4	21
4	4	4	5	5	5	27
5	4	4	5	5	3	26
5	5	5	5	4	4	28

4	4	4	4	4	4	24
---	---	---	---	---	---	----

4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	5	26
5	5	4	5	4	5	28
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	3	3	23
5	4	4	4	4	3	24
3	4	5	3	3	4	22
4	4	5	5	3	4	25
4	5	3	4	3	5	24
4	5	5	3	5	4	26
4	4	3	3	3	5	22
3	4	4	5	4	5	25
4	5	4	5	4	3	25
3	4	4	5	2	3	21

2. Data tabulasi hasil kuesioner variabel Inovasi Produk (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total X2
5	3	3	3	4	5	23
3	3	2	1	5	4	18

4	4	5	3	4	4	24
5	2	2	3	2	4	18
4	3	4	4	4	4	23
3	5	3	1	3	3	18
2	3	3	2	4	4	18
3	4	4	3	5	3	22
4	4	4	4	4	4	24
4	3	5	5	5	4	26
3	5	4	5	4	5	26
3	5	4	5	5	4	26
4	4	5	3	4	4	24
5	5	5	5	5	4	29
3	3	3	3	4	4	20
3	4	4	3	4	5	23
1	3	1	1	4	4	14
3	5	4	3	3	4	22
4	4	4	4	4	4	24
3	5	2	5	3	5	23

3	3	4	4	5	4	23
4	4	3	4	3	4	22
4	3	4	2	4	4	21

4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	2	3	3	19
3	4	5	2	3	4	21
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	3	4	4	5	5	25
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	3	4	22
4	4	4	4	3	5	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	3	3	23
3	5	4	3	4	4	23
3	3	4	3	4	4	21
4	4	4	4	4	4	24
2	2	2	2	2	2	12
4	4	4	5	4	4	25

3	4	4	3	4	4	22
3	4	4	4	3	3	21

5	3	5	5	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28
3	4	4	4	5	4	24
1	1	1	1	1	1	6
4	5	4	5	5	5	28
5	5	5	5	4	5	29
3	3	4	4	4	4	22
5	3	5	3	5	5	26
5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	3	4	4	22
5	5	4	4	4	5	27
4	4	4	4	5	5	26
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	5	5	26
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	5	4	26

5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	4	4	23
4	5	4	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	3	4	5	23
3	5	3	5	5	5	26
4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	4	4	26
4	5	4	4	4	4	25
4	2	5	5	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	4	4	23
3	2	2	3	4	3	17
2	5	4	2	4	4	21
4	4	4	4	3	5	24
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	5	5	29
1	5	1	5	5	5	22
4	4	4	5	4	4	25

3	4	4	4	4	4	23
5	5	4	4	4	5	27
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	4	4	5	23
2	4	3	2	4	3	18
4	4	3	5	4	5	25
4	5	4	4	3	4	24
4	5	3	4	4	5	25
3	5	3	3	4	5	23
5	4	3	4	4	3	23
4	5	3	5	3	4	24
5	5	4	4	5	5	28
4	5	3	4	3	3	22

3. Data tabulasi hasil kuesioner variabel Pembelian Kembali (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total Y
5	5	5	5	5	5	30
2	2	2	2	1	2	11
4	5	4	5	4	5	27
4	3	3	4	2	5	21
4	3	5	4	4	4	24
4	3	3	2	3	3	18

3	4	3	4	3	4	21
4	4	5	3	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	5	5	29
4	5	4	4	5	5	27
5	5	5	5	4	5	29
4	3	4	4	5	5	25
4	4	5	4	5	5	27
4	2	4	2	2	3	17
3	4	4	5	4	3	23
4	3	3	1	2	3	16
4	3	4	3	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
5	3	3	2	5	5	23
4	4	3	3	4	4	22
3	3	3	2	2	2	15
4	4	5	4	4	3	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	2	3	2	3	3	16
5	2	3	4	5	2	21
5	5	5	5	5	5	30

5	5	5	5	5	5	30
5	3	5	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	23
5	3	4	2	3	2	19
5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	4	4	23
4	3	4	3	4	4	22
4	4	4	3	3	4	22
4	4	4	4	4	4	24
2	2	2	2	2	2	12
5	4	5	4	5	4	27
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	5	5	28
4	4	4	3	4	4	23
4	1	1	1	1	1	9
5	4	5	4	5	5	28

5	4	5	4	3	4	25
4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	5	5	3	26
4	4	4	4	4	4	24
2	3	3	2	3	4	17
5	5	4	5	5	5	29
4	3	4	4	5	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30

5	5	4	4	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	3	4	23
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24

3	4	4	3	5	3	22
5	4	3	5	5	5	27
4	5	5	4	4	4	26
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	5	4	4	25
4	4	5	3	4	4	24
5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	4	4	3	22
3	4	4	3	4	3	21
5	4	4	4	5	5	27
5	5	4	4	5	5	28
5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	3	4	5	26
5	1	5	5	5	5	26

5	5	3	5	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	3	4	4	21

4	1	3	4	4	4	20
5	4	4	4	4	3	24
5	3	5	5	4	4	26
5	5	4	4	3	4	25
3	4	4	5	4	3	23
5	5	4	3	3	4	24
3	4	3	5	3	3	21
3	4	4	5	4	3	23
5	5	4	5	3	3	25



Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data SPSS

1. Uji Validitas

Cita Rasa (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total_ X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.683**	.617**	.526**	.605**	.521**	.808**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.683**	1	.617**	.497**	.560**	.594**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.617**	.617**	1	.547**	.640**	.609**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.526**	.497**	.547**	1	.589**	.535**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.605**	.560**	.640**	.589**	1	.646**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.521**	.594**	.609**	.535**	.646**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_ X1	Pearson Correlation	.808**	.806**	.827**	.762**	.841**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

N	100	100	100	100	100	100	100
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

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

Inovasi Produk (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X.24	X2.5	X2.6	Total_ X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.362**	.652**	.604**	.387**	.524**	.794**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.362**	1	.403**	.485**	.355**	.482**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.652**	.403**	1	.489**	.475**	.391**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X.24	Pearson Correlation	.604**	.485**	.489**	1	.480**	.550**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.387**	.355**	.475**	.480**	1	.614**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.524**	.482**	.391**	.550**	.614**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_ X2	Pearson Correlation	.794**	.678**	.764**	.815**	.709**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

N	100	100	100	100	100	100	100
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

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



Pembelian Kembali (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total_ Y
Y1	Pearson Correlation	1	.440**	.530**	.459**	.536**	.560**	.713**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.440**	1	.607**	.589**	.529**	.561**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.530**	.607**	1	.592**	.668**	.657**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.459**	.589**	.592**	1	.671**	.565**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.536**	.529**	.668**	.671**	1	.704**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.560**	.561**	.657**	.565**	.704**	1	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_ _Y	Pearson Correlation	.713**	.781**	.833**	.813**	.852**	.836**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

2. Uji Reliabilitas

Cita Rasa (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	6

Inovasi Produk (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	6

Pembelian Kembali (y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	6

3. Uji Statistik Deskriptif Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Total_X1	100	5	30	20.26	9.317
Total_X2	100	6	30	24.27	4.124
Total_Y	100	9	30	24.42	4.450
Valid N (listwise)	100				

4. Uji regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.598	1.492		1.742	.085
1	Total_X	.002	.029	.005	.083	.934
2	Total_X	.897	.065	.831	13.878	.000

a. Dependent Variable: Pembelian Kembali

5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.29843030
Most Extreme Differences	Absolute	.133
	Positive	.111
	Negative	-.133
Test Statistic		.133
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance correction		

6. Uji Multikolinearitas

Model		Colinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Cita Rasa	.469	2.134
	Inovasi Produk	.469	2.134

7. Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(constant)	-1.039E 15	1.494		.000	1.000
	Cita Rasa	.000	.081	.000	.000	1.000
	Inovasi produk	.000	.083	.000	.000	1.000

a. Dependent Variabel: Pembelian Kembali

8. Uji Autokolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.833 ^a	.694	.688	2.486	2.033

a. Predictors: (Constant), Cita Rasa, Inovasi Produk

b. Dependent Variabel : Pembelian Kembali

9. Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients
-----------------------------	---------------------------

Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.598	1.492		1.742	.085
	Total_X1	.002	.029	.005	.083	.934
	Total_X2	.897	.065	.831	13.878	.000

a. Dependent Variable: Pembelian Kembali

10. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1360.828	2	680.414	110.086	.000 ^b
	Residual	599.532	97	6.181		
	Total	1960.360	99			

11. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.833 ^a	.694	.688	2.486	2.033

Mutia Vella Meilida - Tugas Akhir

ORIGINALITY REPORT

21%
SIMILARITY INDEX

20%
INTERNET SOURCES

8%
PUBLICATIONS

9%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unas.ac.id Internet Source	1%
2	Submitted to Universitas Sanata Dharma Student Paper	1%
3	repository.unisma.ac.id Internet Source	1%
4	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
5	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
6	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
7	erlinustantina.wordpress.com Internet Source	1%
8	e-theses.iaincurup.ac.id Internet Source	<1%
9	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1%