

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhy, Muhammad Adrian Reynald Sukma, and Sri Widowati Herianingsih. 2018. "Pengaruh Terpaan Iklan Bukalapak Di Televisi Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Jual Beli Online Bukalapak." *E-Jurnal Undip* 7 (3): 1–13.
- Afifah, Rochima. 2018. "Pelaksanaan Strategi Bauran Pemasaran Di Pemancingan 150 Tirta Sari Kabupaten Klaten."
- Cysara, Frans Abadi. 2015. "Perilaku Konsumen Indikator Keputusan Pembelian Konsumen."
- Dahlioni, Yani, and Rohmat Hasanul Ahwal. 2021. "Kajian Pengaruh Kualitas Produk Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukses Makmur Di Jember." *Inovasi Penelitian* 2 (1): 181–89.
- Dewi, Dewa, Ayu Sucandrawati, and Andini Laksmi. 2022. "PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP PEMBELIAN PRODUK MAKANAN SUKLA PADA UMKM SATYAGRAHA DI KOTA DENPASAR." *Nusantara Hasana Journal* 2 (3): 179–95.
- Elbahar, Chandra, and Syahputra. 2021. "PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KADATUAN KOFFIE" 3 (1): 2–3.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Haris, D., & Welsa, H. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). 2(2)."
- Heriyanto, Heriyanto, N. Rachma, and Siti Asiyah. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Bukalapak (Studi Kasus Mahasiswa Feb Angkatan 2016 Universitas Islam Malang)." *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen* 9: 56–72.

- Indriasari, Dewi Pratiwi. 2017. "Pengaruh Harga, Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Cepat Saji." *Jurnal Ekonomi* 19 (3): 1689–99.
- Jackson R.S. Weenas. 2013. "Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta." *Jackson R.S. Weenas - KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA* 1 (4): 607–18.  
<https://doi.org/2303-1174>.
- Jaya, I Made Laut Mertha. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Teori, Penerapan Dan Riset Nyata*.
- Kartika, Lucia Nurbani, and Markus Maria Rino. 2021. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BIOSKOP CINEMA XXI (Studi Pada Mahasiswa Di D.I Yogyakarta)." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis* 16 (1): 31. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.370>.
- Khoziyah, Siti, and Evawani Elysa Lubis. 2021. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPopConnection." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10 (1): 39–50.
- Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta: Alih bahasa: Bob sabran, MM. Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mochamad Fahri Ardiansyah, jamaludin Khalid. 2022. "Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen." *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia* 1 (9): 1278–85.
- Mulyansyah, Gumilar Tintan, and Raya Sulistyowati. 2020. "Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya." *Pendidikan Tata Niaga* 9 (1): 1097–1103.

<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>.

Nadyakarina, Ayu Vidya. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Mcdonald Epicentrum Plaza Festival)." *Skripsi*, 5–24.

Nicholas, Jeremias Matthew Laisina, and Fairliantina Edvin. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Membeli Di Kopi Kenangan Pasar Minggu." *Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1 (4): 180–89.

Panjaitan, Roymon. 2018. *Manajem Pemasaran*. Semarang: Sukarno Pressindo.

Pratiknyo, Dheo Adisatya, and Hendrati Dwi Mulyaningsih. 2017. "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Domino ' S Pizza Di Kota Bandung the Impact of Promotion Mix Toward Purchase Decision of Domino ' S Pizza in Bandung" 4 (2): 1784–88.

Saputra, Aryo, Petir Papilo, and Muhammad Marizal. 2020. "Pengaruh Pemasaran Digital Dan Duta Merek Terhadap Kesadaran Merek PT ABC Regional Riau." *Seminar Nasional Teknologi Informasi Komunikasi Dan Industri 0* (0): 462.

Setiarwan, Attariq Kurniannafi. 2022. "PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASTFOOD KFC." *Braz Dent J.* 33 (1): 1–12.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

———. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Sukmawati, Novita, and Sri Rejeki Ekasasi. 2020. "Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy." *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 1 (1): 17–28.

Tyas, Novita Cahyaning. 2022. "Pengaruh Social Media Marketing Dan

Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan.”

Waringga, Kristoforus Farian, Djoko Koestiono, and Fitria Dina Riana. 2023. “Strategi Pemasaran Melalui Celebrity Endorsement Dan Ewom Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food Yellow Fit Kitchen.” *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)* 7 (1): 115–26.

Weenas, Jackson. 2013. “Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta.” *Jackson R.S. Weenas - KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA* 1 (4): 607–18.  
<https://doi.org/2303-1174>.

WINALDI, FERAMA. 2019. “PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI FORE COFFEE.”

Wiranata, I Ketut Adi, Anak Agung Putu Agung, and I Made Surya Prayoga. 2021. “Pengaruh Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Holland Bakery BatuBulan.” *Jurnal EMAS* 2 (3): 133–46.

Yacub, Rudi, and Wahyu Mustajab. 2020. “Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce.” *Jurnal MANAJERIAL* 19 (2): 198–209.  
<https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.24275>.

Sumber internet

“Top Brand Makanan Siap Saji 2019 - 2021.” 2021.  
<https://databoks.katadata.co.id/>

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Kuesioner

Assalamualaikum Wr.wb

Perkenalkan saya Muhammad Kevin Alvaro - Saya Mahasiswa Universitas Nasional yang sedang menempuh Semester Akhir.

disini saya sedang melakukan sebuah penelitian tugas akhir dengan judul "**Pengaruh Pemasaran Digital, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Dominnos Pizza Cabang Radio Dalam***"

Saya mohon partisipasi saudara/i untuk berkenan mengisi Kuesioner yang saya bagikan. Data Respondens akan saya rahasiakan dan dijamin tidak akan disebarluaskan kepada pihak lain, oleh karena itu saya meminta ketersediaan saudara/i untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan yang saya ajukan.

Besar harapan saya kepada saudara/i untuk mengisi Kuesioner yang saya bagikan.

**Terimakasih**



Identitas Responden :

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :  
 Laki-laki  Perempuan
3. Usia :  
 17 – 23 Tahun   
 23 – 26 Tahun   
 26 – 30 Tahun   
 > 30 Tahun
4. Media Social yang sering digunakan ?  
 Instagram   
 Facebook   
 Line
5. Apakah Anda Berdomisili Di Dki Jakarta ?  
 Iya  Tidak
6. Pernah melakukan pembelian di Dominos Pizza Cabang Radio Dalam ?  
 Iya  Tidak

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Saudara/i diminta untuk memilih salah satu skala Likert dengan penilaian yang diberikan, yaitu : 1 sampai 5 yang tersedia di kolom yang berisi pertanyaan dari setiap variabel yang ada. Terdapat nilai yang tercantum pada kolom skala Likert, diantaranya adalah :

Pernyataan	Penilaian
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

### Statement Kuesioner

#### "Pengaruh Pemasaran Digital, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Dominnos Pizza* Cabang Radio Dalam"

#### Pemasaran Digital ( X1 )

Sumber : Saputra, Papilo & Marizal 2020

No.	Indikator	Stetement atau pertanyaan	SS	S	C	TS	STS
1.	Transaksi	Saya merasa dalam melakukan transaksi mengenai pemasaran secara digital sangat mudah untuk digunakan khususnya di Dominos Pizza CabangRadio Dalam					
2.	Program Insentif	Melalui pemasaran digital selalu ada program yang membuat saya merasa lebih merasa nyaman dengan apa yang telah disediakan khususnya di Dominos Pizza CabangRadio Dalam					
3.	Desain Situs	Tampilan situs Dominos Pizza sangat menarik dan mudah untuk dipahami cara penggunaannya untuk melakukan transaksi					
4.	Interaktif	Pemasaran digital dapat menghubungkan antara pihak pembeli dan penjual, serta dapat terjadi suatu interaksi terkait keluhan maupun ulasan baik terhadap Dominos Pizza					

#### Kualitas Produk ( X2 )

Sumber : Haris dan Welsa 2018

No.	Indikator	Stetement atau pertanyaan	SS	S	C	TS	STS
1.	Reabilitas	Kehandalan dalam melakukan penjualan Dominos Pizza sangat dirasakan oleh saya					
2.	Daya Tahan	Dominos Pizza memiliki ketahanan yang baik dan tidak mudah basi maupun keras					
3.	Kesesuaian dengan Speksifikasi	Kualitas bahan baku sangat bagus dan sesuai dengan yang dijual kepada pelanggan dan					

		memiliki cita rasa yang berbeda dari segi topping					
--	--	---	--	--	--	--	--

### Promosi ( X3 )

Sumber : Kotler & Keller 2016

No.	Indikator	Stetement atau pertanyaan	SS	S	C	TS	STS
1.	Pesan Promosi	Dalam melakukan promosi, Dominos Pizza selalu memberikan pesan yang menarik					
2.	Media Promosi	Tempat promosi Dominos Pizza sangat mudah ditemukan diberbagai platform media sosial					
3.	Frekuensi Promosi	Dominos Pizza sangat sering melakukan prmosi dengan konten yang menarik pelanggan, khususnya di cabang radio dalam					

### Keputusan Pembelian ( Y )

Sumber : Frans Abadi Cysara 2015

No.	Indikator	Stetement atau pertanyaan	SS	S	C	TS	STS
1.	Attention	Dominos Pizza selalu meyakinkan saya bahwa menu yang diberikan selalu terjaga kualitas dan rasa nya					
2.	Interest	Saya merasa Dominos Pizza lebih menarik untuk dibeli dan dicoba dibandingkan Pizza lainnya					
3.	Desire	Saya selalu tertarik kepada Dominos Pizza, dan saya selalu memiliki niat untuk terus membelinya					
4.	action	Semua penawaran yang diberikan oleh Dominos Pizza, saya pasti akan melakukan transaksi pembelian ketika memasuki gerai Dominos pizza					
5	Satisfation	Saya merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh Dominos Pizza, khusunya di cabang radio dalam					



## Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Kuesioner Responden

### 1. Jawaban Karakteristik Responden

Nama Responden :	Jenis Kelamin :	Usia :	Media Social yang sering digunakan :	Apakah anda berdomisili di Dki Jakarta :	Pernah melakukan pembelian di Dominos Pizza Cabang Radio Dalam :
Responden1	Laki-laki	> 30 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden2	Laki-laki	17-23 Tahun	Facebook	Iya	Iya
Responden3	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden4	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden5	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden6	Laki-laki	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden7	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden8	Laki-laki	17-23 Tahun	Facebook	Iya	Iya
Responden9	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden10	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden11	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden12	Laki-laki	> 30 Tahun	Facebook	Iya	Iya
Responden13	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden14	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden15	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden16	Perempuan	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden17	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden18	Perempuan	26-30 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden19	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden20	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden21	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden22	Perempuan	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden23	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden24	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden25	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden26	Laki-laki	23-26 Tahun	Facebook	Iya	Iya
Responden27	Laki-laki	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden28	Laki-laki	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden29	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden30	Laki-laki	26-30 Tahun	Facebook	Iya	Iya
Responden31	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden32	Laki-laki	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden33	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden34	Perempuan	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden35	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden36	Laki-laki	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya

Responden37	Laki-laki	17-23 Tahun	Facebook	Iya	Iya
Responden38	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden39	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden40	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden41	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden42	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden43	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden44	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden45	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden46	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden47	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden48	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden49	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden50	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden51	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden52	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden53	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden54	Perempuan	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden55	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden56	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden57	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden58	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden59	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden60	Perempuan	26-30 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden61	Perempuan	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden62	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden63	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden64	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden65	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden66	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden67	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden68	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden69	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden70	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden71	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden72	Laki-laki	> 30 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden73	Laki-laki	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden74	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden75	Perempuan	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden76	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden77	Perempuan	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden78	Perempuan	17-23 Tahun	Facebook	Iya	Iya
Responden79	Perempuan	26-30 Tahun	Instagram	Iya	Iya

Responden80	Laki-laki	26-30 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden81	Perempuan	17-23 Tahun	Facebook	Iya	Iya
Responden82	Laki-laki	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden83	Perempuan	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden84	Laki-laki	26-30 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden85	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden86	Perempuan	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden87	Perempuan	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden88	Laki-laki	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden89	Laki-laki	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden90	Laki-laki	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden91	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden92	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden93	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden94	Laki-laki	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden95	Perempuan	23-26 Tahun	Instagram	Iya	Iya
Responden96	Perempuan	17-23 Tahun	Instagram	Iya	Iya

## 2. Jawaban tabulasi statement pertanyaan

Pemasaran digital					Kualitas Produk			
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TotalX1	X2.1	X2.2	X2.3	TotalX2
5	5	5	5	20	5	5	5	15
3	4	4	4	15	5	4	4	13
4	4	4	4	16	5	5	5	15
3	5	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	12
5	4	4	4	17	4	4	4	12
2	3	4	3	12	3	4	5	12
5	5	2	5	17	2	2	1	5
4	3	4	4	15	4	5	5	14
5	4	4	5	18	4	3	4	11
4	5	5	5	19	4	5	5	14
3	4	1	3	11	4	4	4	12
4	3	4	4	15	4	5	5	14
3	4	5	4	16	3	3	5	11
5	4	4	4	17	5	4	5	14
5	5	5	5	20	2	4	5	11
5	4	5	5	19	4	4	5	13
3	3	3	3	12	4	4	5	13
1	5	5	1	12	5	5	4	14
5	5	5	5	20	2	4	5	11
5	5	1	1	12	5	5	4	14

4	4	4	4	16	3	5	4	12
5	5	5	4	19	3	2	4	9
3	3	4	2	12	4	5	4	13
3	4	4	4	15	5	5	5	15
5	5	5	5	20	4	4	5	13
4	5	5	5	19	5	5	4	14
5	5	5	5	20	5	4	4	13
4	5	5	4	18	5	4	5	14
4	5	4	4	17	4	4	5	13
3	4	2	3	12	5	5	4	14
5	5	5	5	20	4	4	5	13
4	5	4	5	18	4	5	5	14
3	3	5	5	16	4	4	3	11
4	5	4	5	18	5	4	5	14
4	4	4	4	16	5	3	4	12
3	5	3	4	15	4	5	5	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	4	4	3	15	4	5	4	13
2	3	3	3	11	3	3	4	10
4	4	4	4	16	4	4	5	13
2	4	4	4	14	4	4	4	12
4	5	4	5	18	5	5	5	15
4	5	5	4	18	5	4	4	13
4	5	5	5	19	5	4	5	14
5	4	4	5	18	5	4	5	14
5	4	5	5	19	5	4	4	13
5	4	5	5	19	4	5	5	14
5	4	5	5	19	5	5	4	14
5	4	5	5	19	4	4	4	12
4	5	4	5	18	3	3	4	10
5	4	5	4	18	5	5	5	15
4	5	4	5	18	5	5	5	15
3	4	3	4	14	4	5	5	14
3	1	2	3	9	3	3	4	10
5	3	3	4	15	5	4	5	14
5	5	4	3	17	3	4	3	10
3	4	3	4	14	4	4	4	12
4	4	2	4	14	4	4	4	12
2	5	4	4	15	3	3	4	10
5	2	4	2	13	3	3	3	9
3	4	4	3	14	5	5	5	15
4	4	5	4	17	5	5	5	15
3	4	4	5	16	4	4	5	13

4	5	5	4	18	4	4	5	13
5	5	4	4	18	4	4	4	12
4	4	5	4	17	3	3	3	9
5	5	5	4	19	4	4	4	12
4	4	4	4	16	5	5	5	15
5	5	4	4	18	4	5	4	13
5	5	5	4	19	4	4	5	13
5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	5	4	4	17	3	4	4	11
5	5	5	5	20	4	5	5	14
4	4	5	5	18	5	4	5	14
3	4	3	4	14	4	3	3	10
3	4	4	4	15	5	5	4	14
4	4	4	4	16	4	5	5	14
4	4	5	5	18	3	5	5	13
4	4	4	5	17	4	3	5	12
4	4	4	4	16	4	5	5	14
4	4	4	4	16	5	2	4	11
4	4	4	4	16	4	4	5	13
4	5	4	5	18	5	4	4	13
3	3	4	3	13	4	5	5	14
3	4	4	4	15	5	5	4	14
4	4	4	4	16	5	4	5	14
5	5	5	5	20	5	5	4	14
4	5	2	4	15	4	5	5	14
4	4	4	4	16	4	4	5	13
3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	4	4	5	17	4	5	4	13
5	5	4	4	18	5	5	4	14
4	4	4	3	15	5	4	4	13
4	4	4	4	16	4	5	5	14
5	4	5	4	18	5	4	5	14

Promosi				Keputusan Pembelian					
X3.1	X3.2	X3.3	TotalX3	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TotalY
5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
4	4	5	13	5	5	5	5	5	25
4	4	5	13	4	4	5	4	5	22
4	5	4	13	5	4	4	4	4	21
4	4	4	12	4	4	5	3	4	20
3	3	3	9	5	5	4	3	3	20
1	1	2	4	1	1	2	2	1	7
4	4	5	13	4	4	4	5	5	22
5	4	4	13	5	3	4	4	4	20
5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
5	5	4	14	4	4	4	4	4	20
5	5	4	14	5	5	4	4	4	22
2	5	3	10	3	4	3	3	3	16
4	5	4	13	5	4	5	4	5	23
4	3	4	11	5	4	3	4	4	20
5	4	5	14	5	5	5	5	5	25
5	4	4	13	5	4	4	4	5	22
4	5	5	14	5	5	4	5	4	23
4	5	5	14	4	3	5	5	4	21
5	4	4	13	4	4	4	4	5	21
5	4	3	12	5	5	4	5	5	24
4	4	3	11	4	4	4	4	3	19
4	4	4	12	5	5	4	4	5	23
5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
4	5	5	14	4	5	4	3	5	21
4	4	5	13	3	4	4	4	5	20
4	5	5	14	5	4	5	5	5	24
4	5	5	14	5	5	5	4	4	23
5	4	4	13	5	5	3	4	4	21
4	4	5	13	4	5	5	5	5	24
3	5	3	11	4	5	4	4	5	22
4	4	4	12	5	4	4	5	4	22
5	5	4	14	4	5	4	5	5	23
5	5	5	15	4	4	5	5	5	23
4	4	5	13	5	5	3	3	4	20
4	4	5	13	4	5	4	5	5	23
4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
4	5	4	13	4	5	4	5	4	22
4	4	4	12	4	4	4	4	3	19
4	4	4	12	4	4	4	4	4	20

4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
4	4	4	12	5	5	5	4	4	23
5	5	4	14	4	5	4	4	5	22
4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
5	4	5	14	5	4	5	4	5	23
5	2	4	11	5	4	5	4	5	23
4	5	4	13	5	4	4	5	5	23
4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
3	3	3	9	5	3	3	3	3	17
5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
5	4	5	14	5	5	4	4	5	23
5	4	5	14	4	5	4	5	5	23
4	4	3	11	4	3	3	2	3	15
5	4	5	14	5	4	5	4	5	23
4	3	4	11	3	4	4	4	4	19
5	5	4	14	4	4	4	5	5	22
4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
3	4	3	10	3	2	2	2	3	12
4	5	4	13	4	3	3	4	4	18
5	5	2	12	4	3	3	3	3	16
5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
4	5	4	13	3	4	3	5	4	19
4	4	4	12	4	5	5	4	5	23
4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
4	4	3	11	3	2	1	1	1	8
5	5	5	15	4	5	4	3	4	20
5	5	5	15	5	3	5	5	4	22
5	4	5	14	5	4	5	5	5	24
4	5	4	13	5	4	4	5	5	23
5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
4	4	3	11	4	3	3	4	4	18
3	4	4	11	5	4	5	5	4	23
5	5	3	13	5	5	4	5	5	24
4	4	3	11	4	4	4	3	3	18
4	5	5	14	4	4	5	4	4	21
5	5	5	15	5	5	5	5	4	24
4	4	4	12	5	4	4	5	3	21
5	5	4	14	4	4	3	5	5	21
5	4	3	12	5	4	4	4	4	21
5	4	5	14	5	5	5	3	5	23
5	4	4	13	4	4	4	4	4	20
4	5	5	14	4	5	4	5	5	23

5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
4	5	5	14	5	4	5	5	5	24
4	3	5	12	4	4	5	3	5	21
4	5	5	14	5	5	5	5	5	25
5	4	4	13	5	4	5	4	5	23
5	5	4	14	5	5	5	4	4	23
4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
4	4	5	13	4	5	4	4	5	22
5	5	5	15	4	4	4	5	5	22
4	5	5	14	5	5	5	5	5	25
5	4	4	13	4	5	4	4	3	20
5	5	5	15	5	4	4	5	5	23





### Lampiran 3 : Analisis Deskriptif dan Karakteristik Responden

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	96	1	5	4,01	,900
X1.2	96	1	5	4,25	,754
X1.3	96	1	5	4,10	,900
X1.4	96	1	5	4,13	,849
X2.1	96	2	5	4,19	,786
X2.2	96	2	5	4,23	,774
X2.3	96	1	5	4,44	,693
X3.1	96	1	5	4,31	,715
X3.2	96	1	5	4,33	,721
X3.3	96	2	5	4,24	,764
Y1	96	1	5	4,40	,703
Y2	96	1	5	4,25	,781
Y3	96	1	5	4,18	,795
Y4	96	1	5	4,20	,841
Y5	96	1	5	4,32	,840
Valid N (listwise)	96				

#### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	41	42,7	42,7	42,7
	Perempuan	55	57,3	57,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

#### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 30 Tahun	3	3,1	3,1	3,1
	17-23 Tahun	65	67,7	67,7	70,8
	23-26 Tahun	22	22,9	22,9	93,8
	26-30 Tahun	6	6,3	6,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

**Media Social Yang Sering Digunakan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Facebook	8	8,3	8,3	8,3
	Instagram	88	91,7	91,7	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

**Berdomisili di Dki Jakarta**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iya	96	100,0	100,0	100,0

**Pernah Melakukan Pembelian Dominnos Pizza di Cabang Radio Dalam**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iya	96	100,0	100,0	100,0



## Lampiran 4 : Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas dan Reabilitas X1

		Correlations				Pemasaran Digital
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
X1.1	Pearson Correlation	1	,306**	,297**	,425**	,720**
	Sig. (2-tailed)		,002	,003	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	,306**	1	,271**	,362**	,647**
	Sig. (2-tailed)	,002		,007	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	,297**	,271**	1	,451**	,718**
	Sig. (2-tailed)	,003	,007		,000	,000
	N	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	,425**	,362**	,451**	1	,781**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96
Pemasaran Digital	Pearson Correlation	,720**	,647**	,718**	,781**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,684	4

## 2. Uji Validitas dan Reabilitas X2

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	Kualitas Produk
X2.1	Pearson Correlation	1	,413**	,273**	,752**
	Sig. (2-tailed)		,000	,007	,000
	N	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	,413**	1	,439**	,814**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	,273**	,439**	1	,724**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000		,000
	N	96	96	96	96
Kualitas Produk	Pearson Correlation	,752**	,814**	,724**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,642	3

## 3. Uji Validitas dan Reabilitas X3

**Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	Promosi
X3.1	Pearson Correlation	1	,388**	,401**	,772**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	,388**	1	,350**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	,401**	,350**	1	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96
Promosi	Pearson Correlation	,772**	,751**	,774**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,647	3

## 4. Uji Validitas dan Reabilitas Y

		Correlations					Keputusan Pembelian
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
Y1	Pearson Correlation	1	,508**	,551**	,453**	,477**	,732**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
Y2	Pearson Correlation	,508**	1	,538**	,484**	,598**	,781**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
Y3	Pearson Correlation	,551**	,538**	1	,561**	,639**	,824**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	,453**	,484**	,561**	1	,654**	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
Y5	Pearson Correlation	,477**	,598**	,639**	,654**	1	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96	96
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,732**	,781**	,824**	,800**	,852**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96

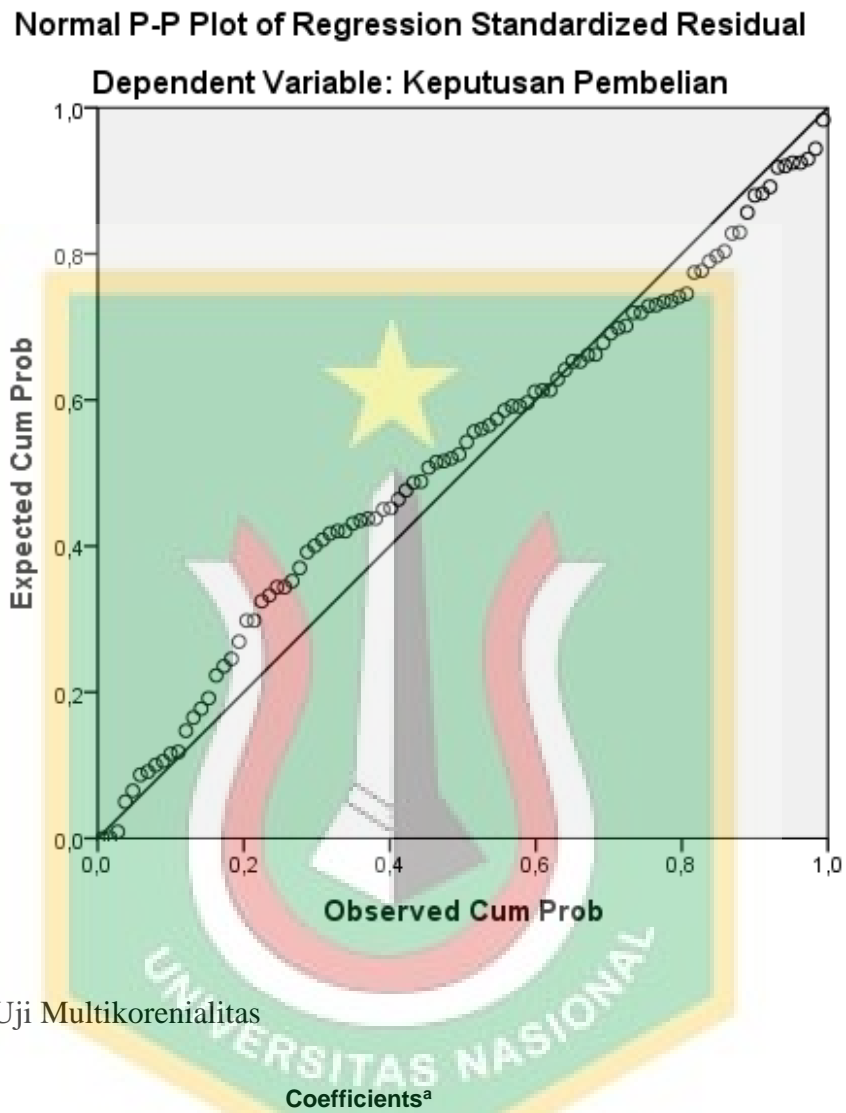
\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,858	5

## Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik

## 1. Uji Normalitas



## 2. Uji Multikorenilitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pemasaran Digital	,975	1,026
Kualitas Produk	,579	1,728
Promosi	,590	1,695

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## 3. Uji Heteroskedasitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,162	1,392		2,991	,004
Pemasaran Digital	-,051	,056	-,093	-,898	,371
Kualitas Produk	-,072	,104	-,093	-,691	,491
Promosi	-,082	,105	-,104	-,785	,435

a. Dependent Variable: ABS\_RES

## 4. Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,800 <sup>a</sup>	,641	,629	1,930	1,988

a. Predictors: (Constant), Promosi, Pemasaran Digital, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian





## Lampiran 6 : Uji Kelayakan Model

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	611,067	3	203,689	54,699	,000 <sup>b</sup>
	Residual	342,589	92	3,724		
	Total	953,656	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi, Pemasaran Digital, Kualitas Produk

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,800 <sup>a</sup>	,641	,629	1,930

a. Predictors: (Constant), Promosi, Pemasaran Digital, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,744	2,026		-,861	,392
Pemasaran Digital	,170	,082	,131	2,071	,041
Kualitas Produk	,941	,151	,512	6,229	,000
Promosi	,636	,153	,338	4,155	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Lampiran 7 : Hasil Cek Turnitin



## Lampiran 8 : Laporan 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](mailto:febunas49@gmail.com)

### KONSULTASI BIMBINGAN

**Npm** : 193402516244  
**Nama** : MUHAMMAD KEVIN ALVARO  
**Program Studi** : Manajemen  
**Konsentrasi** : Manajemen Pemasaran

#### KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
15 May, 2023	bab 2	Sudah Ditanggapi
15 May, 2023	bab 3	Sudah Ditanggapi
15 May, 2023	bab 1	Sudah Ditanggapi
15 May, 2023	bab 1 - 3	Sudah Ditanggapi

#### KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
3 August, 2023	bab 4	Sudah Ditanggapi
3 August, 2023	bab 5	Sudah Ditanggapi
8 August, 2023	bab 1- 5	Sudah Ditanggapi
8 August, 2023	turnitin cover - lampiran	Sudah Ditanggapi
9 August, 2023	revisi bab 1 - 3	Sudah Ditanggapi
9 August, 2023	lampiran kuisisioner	Sudah Ditanggapi