

DAFTAR PUSTAKA

- Asep Kurniawan, M. A. (2018). *"Metodologi Penelitian Pendidikan"*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, P. D. S. (2020). *"Prosedur Penelitian"*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Atmoko, T.P.H .2018. *"Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinto Hotel Yogyakarta"*. Journal Of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation, 1(2). 83-96. Google Scholar.
- Andi Miko, Sedarmayanti. (2021). *"Penjualan dan Pemasaran"*. Denpasar Bali: IPB Internasional Press. Google Book.
- Aditya, D., Politeknik, S., Kementerian, K., & Surakarta, K. (2021). *"Buku Petunjuk Praktikum-Uji Normalitas dan Homogenitas Data dengan SPSS (Issue July)"*. <https://www.researchgate.net/publication/350480720>
- Alfrian, Gregorius Rio, & Pitaloka, Endang. (2020). *"Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Ukm) bertahan pada kondisi Pandemi Covid-19 di Indonesia"*. Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (*Sentrinove*), 6(2),
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. 2020. *"Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar)"*. Journal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 5(1), 99–108. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2432>.
- Buton, P. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen (pp. 1–8).
- Djaali. (2021). *"Metodologi Penelitian Kuantitatif"*. Bumi Aksara.
- Djsalim Saladin. (2017). *"Manajemen Pemasaran"*. Bandung:Agung Ilmu.
- Dadang, Suhairi. 2019. *"Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Honda Autobest Bandung"*. Journal Binawakya, No. 3, Vol. 14, 2539-2548.
- Dairina, L. (2022). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam, 7(1), 118. <https://doi.org/10.30829/ajei.v7i1.10586>
- Digdowiseiso, K. (2017). *"Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis. In Universitas Pendidikan Indonesia"*. (Vol. 1, Issue Metodologi Penelitian).
- Elwisam, E., & Lestari, R. 2019. *"Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Ukm"*. Journal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(2), 277–286. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i2>.
- Fitri, A. 2020. *"Pengaruh Praktek Manajemen SDM dan Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan"*. Google Schouler.

- Fandy, Tjiptono & Gregorius Chandra. (2017). *"Service, Quality & Satisfaction"*. Yogyakarta.
- Firmansyah, M.A. (2019). *"Pemasaran Dasar dan Konsep"*. Pasuruan : Penerbit Qiara Media. Google Book.
- Fadhli, Pratiwi, dkk. 2021. *"Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang"*. *Journal Inovasi Penelitian*. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684>.
- Firmansyah, Anang. (2019). *"Buku Pemasaran Produk dan Merek"*. Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. 2019. *"Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli"*. *Journal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>.
- Indrasari Methiana. (2019). *"Pemasaran & Kepuasan Pelanggan"*. Surabaya: Unitomo Press. Google Book.
- Ira Maya Hapsari, & Beni, B. (2022). *"Pengaruh Manajemen Keuangan Dan Sisa Hasil Usaha Terhadap Tingkat Kesejahteraan Anggota Koperasi Kud Mina "Misoyo Makmur" Desa Asemdayong Pemalang"*. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 88–106. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v1i1>.
- Lestari, R., Digidowiseiso, K., & Safrina, D. (2022). *"Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Digital Marketing Umkm Industri Makanan Dan Minuman Di Kecamatan Pancoran Jakarta Selatan Saat Pandemi Covid-19"*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(3),
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. 2021. *"Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru"*. *Journal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2),
- M. Cookson, P. Strik. (2019). *"Hubungan Antara Produk, Harga, Tempat, Promosi, Positioning, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian"*.
- Nugraha, Alfiah, dkk. (2021). *"Teori Perilaku Konsumen"*.Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Petri, Mia Mulyani. 2020. *"Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Bisnis Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Umkm Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi)"*. *Journal Of Chemical Information And Modelling*, 53(9), 1689-1699. Google Scholar.
- Raga, H. E., Agung, A., Agung, P., Putu, N., & Anggraini, N. (2021). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Kuliner Tegal Dadong*. *Sebatik*, 2(2), 512–520. <https://e->

journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/2716%0Ahttps://portal.issn.org/resource/ISSN/2721-6810

- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). *"Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online"*. 2(3),
- Rakib Muhammad, dkk. (2022). *"Strategi Pemasaran Bisnis"*. Bandung: Media Sains Indonesia. Google Book.
- Rahmawati. (2020). *"Apa Saja Variabel penelitian dalam Bidang Marketing"*. Yogyakarta: Mulawarman University Press. Google Book.
- Sunarsi, D. 2020. *"Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Gian Dept Store Cabang Bsd Tangerang"*. *Journal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1>.
- Suryoko, S. 2017. *"Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Diponegoro"*. *Journal Of Social And Political Science*, 1(1),
- Satriadi, Wanawir, dkk. (2021). *"Manajemen Pemasaran"*. Yogyakarta: Samudra Biru".
- Sugiyono. (2019). *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D"*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2022). *"Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D"*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2021). *"Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D"*. Alfabeta.
- Sulistiyowati, W., & Cahyaning Astuti, C. (2017). *Buku Ajar Statistika Dasar*. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(August),
- Wijayanti, Titik. (2017). *"Marketing Plan dalam Bisnis"*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

LAMPIRAN

Lampiran 1

ANGKET INSTRUMEN PENELITIAN
ANGKET PENELITIAN SKRIPSI “PENGARUH PEMASARAN PRODUK,
KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN (Studi Kasus Miemie Brownie di Diponegoro Kota Tegal)
Tahun 2023”

A. Pengantar

Nama : Harun Supriyadi
NPM : 1319500013
Progdi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Almamater : Universitas Pancasakti Tegal

Untuk menyelesaikan penulisan skripsi mengenai “Pengaruh Pemasaran Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen”. Harapan saya kedepan angket saya dapat diisi oleh konsumen Miemie Brownie dengan kesadaran dan tanpa paksaan dalam pengisian angket pernyataan yang telah saya buat. Atas kesediaan pengisian angket ini saya ucapkan terimakasih.

B. Data Responden

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :
- 3.

C. Petunjuk Pengisian

1. Dalam mengerjakan angket berikut ini tidak ada jawaban benar atau salah. Yang dibutuhkan adalah jawaban jujur dan apa adanya, sehingga semua jawaban dianggap benar.

2. Bacalah setiap butir pernyataan dengan baik-baik dan seluruh alternatif jawaban yang sudah tertera!
3. Setiap jawaban anda sangat penting dan berharga, sehingga anda dimohon tidak melewatkan satupun pernyataan yang diajukan.
4. Peneliti sangat menghargai kerjasama anda dan mengucapkan terimakasih.
5. Berilah tanda *checklist* (\checkmark) pada kolom jawaban alternatif yang anda pilih, dengan keterangan sebagai berikut:
 - SS = Sangat Setuju
 - S = Setuju
 - RR = Ragu-ragu
 - TS = Tidak Setuju
 - STS = Sangat Tidak Setuju

D. Pernyataan Indikator Pengaruh Pemasaran Produk (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya puas dengan ketersediaan produk ini karena mudah dijangkau.					
2.	Produk Miemie Brownie memiliki pilihan menu yang cukup banyak.					
3.	Saya merasa yakin dengan keamanan dan kebersihan produk Miemie Brownie.					
4.	Saya merasa puas dengan kualitas bahan baku yang digunakan dalam produk Miemie Brownie					
5.	Saya merasa bahwa pemasaran produk makanan dan minuman Miemie Brownie berfokus pada membangun hubungan jangka Panjang dengan konsumen, mengutamakan kepuasan dalam serta memperoleh rekomendasi positif dan dukungan dari konsumen.					
6.	Saya percaya bahwa produk Miemie Brownie memiliki kualitas dan pelayanan yang konsisten.					
7.	Saya merasa bahwa produk Miemie Brownie memiliki hubungan yang baik dengan konsumen dan mampu memberikan solusi terbaik jika adanya komplek.					

8.	Saya merasa produk Miemie Brownie memperhatikan kualitas bahan baku dan proses dalam setiap produk yang dihasilkan.					
9.	Saya lebih memilih produk kaya kue cake salah satu menu Miemie Brownie dari daerah Kota Tegal dengan memanfaatkan platform digital untuk mempermudah pembelian dan pengiriman.					
10.	Saya lebih memilih produk makanan dan minuman dari daerah asal tertentu namun tersedia di Kota Tegal yang menggunakan strategi pemasaran digital dan konten kreatif untuk menarik perhatian konsumen.					

E. Pernyataan Indikator Kualitas Produk (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Produk Miemie Brownie memiliki memiliki kemasan yang menarik.					
2.	Produk Miemie Brownie memiliki harga yang wajar sesuai dengan kualitasnya.					
3.	Produk Miemie Brownie memiliki kemasan yang praktis mudah dibawa.					
4.	Produk makanan Miemie Brownie dapat disimpan dalam jangka waktu yang cukup lama tanpa mengalami perubahan kualitas yang signifikan..					
5.	Kemasan produk makanan Miemie Brownie dapat terbuka dan tertutup dengan mudah tanpa merusak produk.					
6.	Saya dapat mempercayai kualitas produk Miemie Brownie setiap kali saya membelinya.					
7.	Produk Miemie Brownie terjamin kebersihan dan bebas dari bahan berbahaya.					
8.	Produk Miemie Brownie konsisten dalam memberikan tekstur yang sama setiap kali dikonsumsi.					

9.	Desain produk mempertimbangkan faktor keamanan dan kebersihan konsumen.					
10.	Kemasan produk Miemie Brownie memberikan kemudahan dalam mengenali dan membedakan varian produk.					

F. Pernyataan Indikator Harga (X₃)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya merasa harga produk yang tersedia setiap menunya cenderung stabil.					
2.	Saya mempertimbangkan faktor harga saat memilih produk makanan dan minuman.					
3.	Harga produk makanan dan minuman ini sebanding dengan kualitasnya.					
4.	Harga produk Miemie Brownie kompetitif dibandingkan dengan produk sejenis lainnya dengan kualitas serupa.					
5.	Diskon harga produk membuat lebih terjangkau bagi saya dan mungkin juga bagi beberapa orang.					
6.	Harga diskon produk membuat saya membeli kualitas produk yang diinginkan juga membuat saya hemat.					
7.	Saya lebih cenderung memilih produk makanan dan minuman yang menawarkan layanan <i>pre-order</i> .					
8.	<i>Pre-Order</i> membuat saya percaya diri bahwa produk Miemie Brownie akan tersedia saat saya ingin membelinya.					
9.	<i>Pre-Order</i> membantu saya menghindari kehabisan stok produk yang saya inginkan.					
10.	Saya merasa <i>pre-order</i> memberikan pengalaman berbelanja yang lebih eksklusif dan istimewa.					

G. Pernyataan Indikator Minat Beli Konsumen (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya merasa keputusan membeli sesuai dengan kebutuhan.					
2.	Saya cenderung akan membeli produk yang diinginkan dengan akses yang mudah dijangkau.					
3.	Saya mempertimbangkan kepraktisan atau kemudahan mengkonsumsi produk makanan dan minuman dalam kehidupan sehari-hari.					
4.	Saya lebih memilih produk yang bermanfaat seperti memperoleh kualitas bahan baku produk yang baik namun dengan harga yang standar.					
5.	Saya merasa produk makanan dan minuman yang saya pilih memiliki kualitas bahan baku yang baik.					
6.	Saya percaya kondisi ekonomi yang membaik akan mendorong minat beli saya terhadap produk Miemie Brownie.					
7.	Saya percaya bahwa adanya peningkatan efisiensi produksi akan mengurangi biaya produksi produk Miemie Brownie.					
8.	Harga produk makanan dan minuman menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian saya.					
9.	Saya merasa minat beli akan berdampak positif atau negatif sesuai dengan kondisi ekonomi saat ini.					
10.	Kondisi ekonomi saat ini tidak mempengaruhi minat beli saya terhadap produk Miemie Brownie.					

Lampiran 2

DATA NAMA RESPONDEN UJI COBA

NO	NAMA
1	Yulianto Setiawan
2	M. Huda
3	Yudha nur kholis
4	Bagus Priyanto
5	M. Reza
6	Prety ningsih
7	Eka yulianti
8	Dimas nugroho
9	Indah septiana
10	Aziz nur wahid
11	Faturohman
12	Idat Nur Rendi
13	Rike nur janah
14	Dina Agustina
15	Yuliana Safitri
16	Diana nur okta
17	Anisa Febriani
18	Dewi Amalia
19	Dwi Cahyo
20	Dina islami

Lampiran 3

**TABULASI DATA UJI COBA
20 RESPONDEN PEMASARAN PRODUK**

Responden	Variabel Pemasaran Produk (X ₁)										TOTAL X ₁
	X1 01	X1 02	X1 03	X1 04	X 05	X2 06	X2 07	X2 08	X2 09	X2 10	
R1	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	43
R2	5	4	4	5	4	3	5	4	5	5	44
R3	5	4	3	4	5	5	4	3	4	4	41
R4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
R5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	46
R6	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
R7	5	4	3	4	5	5	4	3	4	4	41
R8	5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	38
R9	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	46
R10	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	34
R11	4	5	3	4	5	4	3	5	3	5	41
R12	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	45
R13	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
R14	5	4	3	4	4	3	4	3	4	5	39
R15	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	45
R16	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
R17	5	4	3	3	5	3	4	4	4	4	39
R18	4	5	3	3	5	4	5	5	5	5	44
R19	5	4	3	3	4	3	4	3	3	3	35
R20	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	43

Lampiran 4

**TABULASI DATA UJI COBA
20 RESPONDEN KUALITAS PRODUK**

Responden	Variabel Kualitas Produk (X ₂)										TOTAL X ₂
	X2 01	X2 02	X2 03	X2 04	X2 05	X2 06	X2 07	X2 08	X2 09	X2 10	
R1	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	40
R2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
R3	3	4	5	5	3	4	4	4	4	4	40
R4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35
R5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	44
R6	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	42
R7	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	43
R8	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
R9	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5	41
R10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
R11	4	4	3	4	5	3	4	5	5	5	42
R12	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	44
R13	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	42
R14	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	35
R15	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	39
R16	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	38
R17	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	37
R18	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	36
R19	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	35
R20	3	4	4	4	3	3	2	2	4	3	32

Lampiran 5

**TABULASI DATA UJI COBA
20 RESPONDEN HARGA**

Responden	Variabel Harga(X ₂)										TOTAL
	X3 01	X3 02	X3 03	X3 04	X3 05	X3 06	X3 07	X3 08	X3 09	X3 10	X ₃
R1	3	5	3	4	3	3	3	4	3	3	34
R2	3	4	5	5	4	3	4	4	4	4	40
R3	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	39
R4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	38
R5	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	36
R6	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	42
R7	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44
R8	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	38
R9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R10	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	39
R11	5	4	3	3	3	4	4	5	4	5	40
R12	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
R13	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
R14	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46
R15	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	45
R16	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
R17	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
R18	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
R19	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
R20	3	4	4	4	3	3	2	2	4	3	32

Lampiran 6

**TABULASI DATA UJI COBA
20 RESPONDEN MINAT BELI KONSUMEN**

Responden	Variabel Harga(X ₂)										TOTAL Y
	Y 01	Y 02	Y 03	Y 04	Y 05	Y 06	Y 07	Y Y	Y 09	Y 10	
R1	3	4	3	2	4	4	3	2	3	3	31
R2	2	3	3	3	4	4	5	4	5	5	38
R3	3	4	5	4	3	3	2	3	4	4	35
R4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	33
R5	5	4	5	3	4	4	4	5	5	5	44
R6	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	47
R7	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	44
R8	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
R9	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
R10	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
R11	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
R12	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
R13	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	43
R14	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	44
R15	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
R16	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	46
R17	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
R18	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	44
R19	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
R20	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49

Lampiran 7

UJI VALIDITAS

UJI COBA 20 RESPONDEN PEMASARAN PRODUK (X₁)

Correlations												
		X2_01	X2_02	X2_03	X2_04	X2_05	X2_06	X2_07	X2_08	X2_09	X2_10	Pemasaran produk
X1_01	Pearson Correlation	1	-0,161	0,077	0,362	,643**	0,41	0	-0,23	,475*	0,318	,498*
	Sig. (2-tailed)		0,497	0,747	0,117	0,002	0,073	1	0,329	0,035	0,172	0,026
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_02	Pearson Correlation	-0,161	1	0,375	0,428	,544*	0,251	,509*	,700**	0,436	,563**	,658**
	Sig. (2-tailed)	0,497		0,103	0,06	0,013	0,285	0,022	0,001	0,055	0,01	0,002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_03	Pearson Correlation	0,077	0,375	1	0,197	0,204	-0,02	,510*	0,292	,634**	0	,454*
	Sig. (2-tailed)	0,747	0,103		0,406	0,389	0,933	0,022	0,211	0,003	1	0,044
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_04	Pearson Correlation	0,362	0,428	0,197	1	,565**	,466*	,457*	0,299	,492*	,723**	,761**

	1Sig. (2-tailed)	0,117	0,06	0,406		0,009	0,038	0,043	0,2	0,028	0	0
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_05	Pearson Correlation	,643**	,544*	0,204	,565**	1	,745**	0,277	0,381	,645**	,613**	,878**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,013	0,389	0,009		0	0,238	0,098	0,002	0,004	0
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_06	Pearson Correlation	0,41	0,251	-0,02	,466*	,745**	1	0,06	0,274	0,361	0,331	,627**
	Sig. (2-tailed)	0,073	0,285	0,933	0,038	0		0,803	0,243	0,117	0,155	0,003
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_07	Pearson Correlation	0	,509*	,510*	,457*	0,277	0,06	1	0,374	,738**	0,361	,598**
	Sig. (2-tailed)	1	0,022	0,022	0,043	0,238	0,803		0,104	0	0,118	0,005
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_08	Pearson Correlation	-0,23	,700**	0,292	0,299	0,381	0,274	0,374	1	0,331	0,345	,540*
	Sig. (2-tailed)	0,329	0,001	0,211	0,2	0,098	0,243	0,104		0,154	0,136	0,014
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_09	Pearson Correlation	,475*	0,436	,634**	,492*	,645**	0,361	,738**	0,331	1	,533*	,845**
	Sig. (2-tailed)	0,035	0,055	0,003	0,028	0,002	0,117	0	0,154		0,015	0

	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_10	Pearson Correlation	0,273	0,178	0,011	0,042	0,34	-0,15	0,287	0,425	,585**	1	,503*
	Sig. (2-tailed)	0,244	0,452	0,964	0,861	0,15	0,528	0,22	0,062	0		0,024
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pemasaran Produk	Pearson Correlation	,554*	,613**	,543*	,636**	,525*	,489*	,626**	,617**	,624**	,503*	1
	Sig. (2-tailed)	0,011	0,004	0,013	0,003	0,02	0,029	0,003	0,004	0	0,024	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												

Lampiran 8

**UJI VALIDITAS
UJI COBA 20 RESPONDEN KUALITAS PRODUK (X₂)**

Correlations												
		X2_01	X2_02	X2_03	X2_04	X2_05	X2_06	X2_07	X2_08	X2_09	X2_10	Kualitas Produk
X2_01	Pearson Correlation	1	0,387	0,098	0,16	0,18	0,118	0,203	0,223	,461*	0,273	,554*
	Sig. (2-tailed)		0,092	0,681	0,501	0,44	0,62	0,39	0,344	0	0,244	0,011
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_02	Pearson Correlation	0,387	1	,615**	0,438	0,11	0,422	0,066	0,055	0,3	0,178	,613**
	Sig. (2-tailed)	0,092		0,004	0,053	0,64	0,064	0,781	0,819	0,1	0,452	0,004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_03	Pearson Correlation	0,098	,615**	1	,573**	0,09	0,379	0,218	0,12	0	0,011	,543*
	Sig. (2-tailed)	0,681	0,004		0,008	0,72	0,099	0,356	0,616	1	0,964	0,013
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_04	Pearson Correlation	0,16	0,438	,573**	1	0,1	0,42	0,344	0,335	0,3	0,042	,636**
	Sig. (2-tailed)	0,501	0,053	0,008		0,67	0,065	0,137	0,149	0,2	0,861	0,003
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

X2_05	Pearson Correlation	0,183	0,113	0,087	0,1	1	0,289	0,218	0,219	0,4	0,335	,525*
	Sig. (2-tailed)	0,439	0,635	0,716	0,674		0,217	0,356	0,353	0,1	0,148	0,017
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_06	Pearson Correlation	0,118	0,422	0,379	0,42	0,29	1	0,096	0,02	0,1	-0,15	,489*
	Sig. (2-tailed)	0,62	0,064	0,099	0,065	0,22		0,688	0,934	0,6	0,528	0,029
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_07	Pearson Correlation	0,203	0,066	0,218	0,344	0,22	0,096	1	,845**	0,3	0,287	,626**
	Sig. (2-tailed)	0,39	0,781	0,356	0,137	0,36	0,688		0	0,3	0,22	0,003
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_08	Pearson Correlation	0,223	0,055	0,12	0,335	0,22	0,02	,845**	1	0,3	0,425	,617**
	Sig. (2-tailed)	0,344	0,819	0,616	0,149	0,35	0,934	0		0,3	0,062	0,004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_09	Pearson Correlation	,461*	0,339	0	0,319	0,37	0,122	0,261	0,269	1	,585**	,624**
	Sig. (2-tailed)	0,041	0,144	1	0,17	0,11	0,608	0,265	0,251		0,007	0,003
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2_10	Pearson Correlation	0,273	0,178	0,011	0,042	0,34	-0,15	0,287	0,425	,585**	1	,503*

	Sig. (2-tailed)	0,244	0,452	0,964	0,861	0,15	0,528	0,22	0,062	0		0,024
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Kualitas Produk	Pearson Correlation	,554*	,613**	,543*	,636**	,525*	,489*	,626**	,617**	,624**	,503*	1
	Sig. (2-tailed)	0,011	0,004	0,013	0,003	0,02	0,029	0,003	0,004	0	0,024	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												

Lampiran 9

**UJI VALIDITAS
UJI COBA 20 RESPONDEN HARGA (X₃)**

Correlations												
		X3_01	X3_02	X3_03	X3_04	X3_05	X3_06	X3_07	X3_08	X3_09	X3_10	Harga
X3_01	Pearson Correlation	1	,125	,209	-,261	,194	,577**	,289	,544*	,374	,476*	,683**
	Sig. (2-tailed)		,600	,377	,266	,413	,008	,217	,013	,104	,034	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3_02	Pearson Correlation	,125	1	,382	,527*	,344	-,158	-,496*	-,178	-,053	,140	,321
	Sig. (2-tailed)	,600		,097	,017	,138	,506	,026	,452	,826	,557	,167
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3_03	Pearson Correlation	,209	,382	1	,656**	,510*	,170	,170	,085	,088	0,000	,659**
	Sig. (2-tailed)	,377	,097		,002	,021	,474	,474	,720	,712	1,000	,002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3_04	Pearson Correlation	-,261	,527*	,656**	1	,666**	-,165	-,283	-,187	-,147	-,292	,307
	Sig. (2-tailed)	,266	,017	,002		,001	,486	,226	,430	,536	,211	,189
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

X3_05	Pearson Correlation	,194	,344	,510*	,666**	1	,225	-,025	-,170	,019	0,000	,540*
	Sig. (2-tailed)	,413	,138	,021	,001		,340	,917	,475	,935	1,000	,014
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3_06	Pearson Correlation	,577**	-,158	,170	-,165	,225	1	,674**	,393	,406	,135	,630**
	Sig. (2-tailed)	,008	,506	,474	,486	,340		,001	,086	,076	,572	,003
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3_07	Pearson Correlation	,289	-,496*	,170	-,283	-,025	,674**	1	,516*	,575**	,269	,499*
	Sig. (2-tailed)	,217	,026	,474	,226	,917	,001		,020	,008	,251	,025
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3_08	Pearson Correlation	,544*	-,178	,085	-,187	-,170	,393	,516*	1	,459*	,456*	,539*
	Sig. (2-tailed)	,013	,452	,720	,430	,475	,086	,020		,042	,043	,014
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3_09	Pearson Correlation	,374	-,053	,088	-,147	,019	,406	,575**	,459*	1	,628**	,582**
	Sig. (2-tailed)	,104	,826	,712	,536	,935	,076	,008	,042		,003	,007
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3_10	Pearson Correlation	,476*	,140	,000	-,292	,000	,135	,269	,456*	,628**	1	,488*

	Sig. (2-tailed)	,034	,557	1,000	,211	1,000	,572	,251	,043	,003		,029
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Harga	Pearson Correlation	,683**	,321	,659**	,307	,540*	,630**	,499*	,539*	,582**	,488*	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,167	,002	,189	,014	,003	,025	,014	,007	,029	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Lampiran 10

**UJI VALIDITAS
UJI COBA 20 RESPONDEN MINAT BELI KONSUMEN (Y)**

Correlations												
		Y_01	Y_02	Y_03	Y_04	Y_05	Y_06	Y_07	Y_08	Y_09	Y_10	Minat Beli Konsumen
Y_01	Pearson Correlation	1	,226	,365	,544*	,365	,365	,221	,404	,202	,202	,596**
	Sig. (2-tailed)		,339	,113	,013	,113	,113	,350	,077	,392	,392	,006
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y_02	Pearson Correlation	,226	1	,364	,288	,364	,364	,085	,352	,149	,149	,470*
	Sig. (2-tailed)	,339		,114	,219	,114	,114	,720	,128	,529	,529	,037
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y_03	Pearson Correlation	,365	,364	1	,236	,024	,024	-,080	,357	,268	,268	,407
	Sig. (2-tailed)	,113	,114		,317	,919	,919	,737	,122	,252	,252	,075
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y_04	Pearson Correlation	,544*	,288	,236	1	,320	,320	,262	,480*	,258	,258	,621**
	Sig. (2-tailed)	,013	,219	,317		,169	,169	,264	,032	,272	,272	,004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

Y_05	Pearson Correlation	,365	,364	,024	,320	1	1,000**	,720**	,632**	,502*	,502*	,787**
	Sig. (2-tailed)	,113	,114	,919	,169		0,000	,000	,003	,024	,024	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y_06	Pearson Correlation	,365	,364	,024	,320	1,000**	1	,720**	,632**	,502*	,502*	,787**
	Sig. (2-tailed)	,113	,114	,919	,169	0,000		,000	,003	,024	,024	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y_07	Pearson Correlation	,221	,085	-,080	,262	,720**	,720**	1	,743**	,603**	,603**	,723**
	Sig. (2-tailed)	,350	,720	,737	,264	,000	,000		,000	,005	,005	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y_08	Pearson Correlation	,404	,352	,357	,480*	,632**	,632**	,743**	1	,688**	,688**	,887**
	Sig. (2-tailed)	,077	,128	,122	,032	,003	,003	,000		,001	,001	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y_09	Pearson Correlation	,202	,149	,268	,258	,502*	,502*	,603**	,688**	1	1,000**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,392	,529	,252	,272	,024	,024	,005	,001		0,000	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y_10	Pearson Correlation	,202	,149	,268	,258	,502*	,502*	,603**	,688**	1,000**	1	,751**

	Sig. (2-tailed)	,392	,529	,252	,272	,024	,024	,005	,001	0,000		,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Minat Beli Konsumen	Pearson Correlation	,596**	,470*	,407	,621**	,787**	,787**	,723**	,887**	,751**	,751**	1
	Sig. (2-tailed)	,006	,037	,075	,004	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												

Lampiran 11

**HASIL UJI RELIABILITAS
UJI COBA 20 RESPONDEN PENGARUH PEMASARAN PRODUK (X₁)**

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,853	10

Lampiran 12

**HASIL UJI RELIABILITAS
UJI COBA 20 RESPONDEN KUALITAS PRODUK (X₂)**

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,762	10

Lampiran 13

**HASIL UJI RELIABILITAS
UJI COBA 20 RESPONDEN Harga (X₃)**

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,706	10

Lampiran 14

**HASIL UJI RELIABILITAS
UJI COBA 20 RESPONDEN MINIAT BELI KONSUMEN (Y)**

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,867	10

Lampiran 15

**DATA NAMA RESPONDEN
MIEMIE BROWNIE
(Konsumen Miemie Brownie)**

NO	NAMA	NO	NAMA
1	Rina Wulandari	41	Mega Fitriani
2	Budi Santoso	42	Bayu Sugianto
3	Maya Sari	43	Rina Maharani
4	Joko Prasetyo	44	Doni Setiawan
5	Dwi Indah	45	Dina Rahayu
6	Andi Rahman	46	Adi Wijaya
7	Sugeng Riyadi	47	Dodi Agus etiawan
8	Nita Putri	48	Maya Anggreini
9	Siti Rahayu	49	Rizkia Febriani
10	Adi Nugroho	50	Alya Dewi Nafisah
11	Hadi Susanto	51	Gita Lestari
12	Yuni Widiastuti	52	Reza Firmansyah
13	Retno Puspitasari	53	Anisa Riski
14	Heru Setiawan	54	Fauzan Aditya
15	Ahmad Syaiful	55	Yuliana Safitri
16	Eko Prasetya	56	Desi Amalia
17	Ratna Anggraini	57	Bagas Sunarto
18	Agus Widodo	58	Fatimah Aulia
19	Wahyu Hidayat	59	Iwan Yulianto mi
20	Yuliana Sari	60	Seli Febriyanti
21	Rini Kusmawati	61	Dwi Agustina
22	Hendra Santoso	62	Nufus Putiani
23	Surya Pratama	63	Ajeng Yulianti
24	Ani Fitriani	64	Herman Wijaya
25	Sri Utami	65	Sinta Ayu
26	Lukman Arif	66	Ayu ningtias Dewi
27	Yuniati Kusuma	67	Putriana Dewi
28	Joko Wibowo	68	Deni Sukma
29	Silviana Putri	69	Andik Galuh
30	Rudi Hartono	70	Gilang Narto
31	Rina Serliana	71	Novitasarti

32	Agung Wijaya	72	Agustina
33	Sinta Dwi	73	Zulfa Tribilian
34	Bambang supriyanto	74	Elang bayu
35	Anton Susanto	75	Doni Sutrisna
36	Sari Indah	76	Silvana
37	Anita Puspita	77	Mizdawati
38	Dedi Gunawan	78	Devi Nurul
39	Agus Pratama	79	Hilyatul Mutiah
40	Herlang Pitaloka	80	Irfan Baekhaki

Lampiran 16

**TABULASI DATA PENELITIAN 80 RESPONDEN
PEMASARAN PRODUK (X₁)**

Responden	Variabel Pegaaruh Pemasaran Produk										TOTAL X ₁
	X1 01	X1 02	X1 03	X1 04	X1 05	X1 06	X1 07	X1 08	X1 09	X1 10	
R_1	4	5	3	2	3	4	4	5	4	2	36
R_2	3	3	3	2	3	4	4	2	3	3	30
R_3	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	43
R_4	5	4	4	5	4	3	5	4	5	5	44
R_5	5	4	3	4	5	3	4	4	3	3	38
R_6	3	4	3	3	3	5	4	3	4	4	36
R_7	4	5	5	3	4	5	4	5	5	5	45
R_8	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	46
R_9	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	46
R_10	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32
R_11	5	4	3	4	5	5	4	3	4	4	41
R_12	5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	38
R_13	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	46
R_14	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	34
R_15	4	3	4	4	3	4	2	4	4	3	35
R_16	5	5	4	3	4	2	3	5	5	5	41
R_17	5	4	4	5	4	3	3	5	2	5	40
R_18	4	5	4	3	5	2	3	5	4	4	39
R_19	2	3	5	4	3	5	4	3	5	4	38
R_20	4	3	4	4	3	3	2	4	5	4	36
R_21	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	43
R_22	5	4	3	3	4	3	4	3	3	3	35
R_23	4	5	3	3	5	4	5	5	5	5	44
R_24	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	45
R_25	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
R_26	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
R_27	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
R_28	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
R_29	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	45
R_30	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	45
R_31	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	34
R_32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R_33	5	4	3	4	5	5	4	3	4	4	41
R_34	5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	38
R_35	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	45
R_36	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
R_37	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
R_38	5	4	3	4	5	5	4	3	4	4	41

R_39	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	43
R_40	5	4	4	5	4	3	5	4	5	5	44
R_41	4	5	3	4	5	4	3	5	3	5	41
R_42	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	34
R_43	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
R_44	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	45
R_45	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
R_46	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
R_47	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	45
R_48	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
R_49	4	5	3	3	5	4	5	5	5	5	44
R_50	5	4	3	3	4	3	4	3	3	3	35
R_51	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	43
R_52	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
R_53	4	5	4	5	4	5	5	5	3	5	45
R_54	4	5	4	4	5	4	3	3	2	5	39
R_55	5	5	4	2	5	5	4	5	5	5	45
R_56	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	45
R_57	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	45
R_58	5	2	3	3	4	5	4	2	3	3	34
R_59	4	3	5	4	3	5	3	4	3	5	39
R_60	3	2	4	3	2	4	2	4	4	3	31
R_61	3	4	5	5	4	4	5	3	3	5	41
R_62	4	3	3	4	4	5	3	5	5	3	39
R_63	4	5	4	4	4	5	3	5	4	4	42
R_64	3	5	5	4	4	3	5	5	4	3	41
R_65	4	4	5	3	4	5	3	5	3	5	41
R_66	4	5	3	4	3	3	4	5	3	4	38
R_67	5	4	5	3	4	5	5	4	3	5	43
R_68	4	3	5	5	5	4	5	5	5	4	45
R_69	5	3	5	4	2	4	4	5	5	3	40
R_70	5	4	3	3	4	4	3	3	5	3	37
R_71	5	4	3	5	4	3	4	4	5	4	41
R_72	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	42
R_73	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
R_74	3	4	5	4	5	5	4	3	3	5	41
R_75	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	46
R_76	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5	45
R_77	4	5	4	5	5	4	4	3	5	5	44
R_78	3	5	5	5	3	4	4	4	5	3	41
R_79	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	44
R_80	4	5	4	3	3	4	5	3	4	5	40

Lampiran 17

**TABULASI DATA PENELITIAN 80 RESPONDEN
KUALITAS PRODUK (X2)**

Responden	Variabel Kualitas Produk										TOTAL X2
	X2 01	X2 02	X2 03	X2 04	X2 05	X2 06	X2 07	X2 08	X2 09	X2 10	
R_1	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46
R_2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
R_3	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	46
R_4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35
R_5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
R_6	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	47
R_7	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	43
R_8	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
R_9	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
R_10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
R_11	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47
R_12	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	46
R_13	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	46
R_14	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	35
R_15	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	39
R_16	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	38
R_17	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	37
R_18	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	36
R_19	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	35
R_20	3	4	4	4	3	3	2	2	3	3	31
R_21	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	46
R_22	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	44
R_23	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	46
R_24	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	35
R_25	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	39
R_26	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	40
R_27	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
R_28	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
R_29	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35
R_30	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	44
R_31	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
R_32	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	46
R_33	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	43
R_34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R_35	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	44
R_36	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	46
R_37	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35
R_38	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	46

R_39	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	46
R_40	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
R_41	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	46
R_42	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	43
R_43	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
R_44	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	46
R_45	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	46
R_46	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	46
R_47	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	44
R_48	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	46
R_49	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	35
R_50	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	39
R_51	3	4	4	4	3	3	2	2	4	3	32
R_52	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5	41
R_53	5	2	3	3	4	3	4	4	4	3	35
R_54	5	5	5	4	5	3	5	5	5	4	46
R_55	5	5	4	4	5	4	3	2	4	5	41
R_56	4	4	3	3	4	5	3	4	4	3	37
R_57	5	4	5	5	5	5	3	5	5	4	46
R_58	5	4	3	2	4	4	4	5	4	3	38
R_59	3	4	4	5	4	4	4	3	5	5	41
R_60	4	3	4	5	4	3	3	3	2	4	35
R_61	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	40
R_62	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
R_63	3	4	5	5	3	4	4	4	4	4	40
R_64	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35
R_65	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	44
R_66	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	42
R_67	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	43
R_68	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	47
R_69	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5	41
R_70	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
R_71	4	4	3	4	5	3	4	5	5	5	42
R_72	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	44
R_73	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	42
R_74	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	35
R_75	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	39
R_76	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	38
R_77	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	37
R_78	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	36
R_79	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	35
R_80	3	4	3	4	3	3	2	2	4	3	31

Lampiran 18

**TABULASI DATA PENELITIAN 80 RESPONDEN
HARGA (X3)**

Responden	Variabel Harga										TOTAL X3
	X3 01	X3 02	X3 03	X3 04	X3 05	X3 06	X3 07	X3 08	X3 09	X3 10	
R_1	3	5	3	4	3	3	3	4	3	3	34
R_2	3	4	5	5	4	3	4	4	4	4	40
R_3	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	39
R_4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	38
R_5	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	36
R_6	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	42
R_7	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44
R_8	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	38
R_9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R_10	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	39
R_11	5	4	3	3	3	4	4	5	4	5	40
R_12	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
R_13	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	47
R_14	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46
R_15	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	45
R_16	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	46
R_17	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
R_18	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
R_19	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
R_20	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	44
R_21	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	44
R_22	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
R_23	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
R_24	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
R_25	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	39
R_26	5	4	3	3	3	4	4	5	4	5	40
R_27	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
R_28	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
R_29	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46
R_30	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
R_31	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	39
R_32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R_33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R_34	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	38
R_35	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	36
R_36	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	42
R_37	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44

R_38	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	38
R_39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R_40	3	4	5	5	3	3	4	4	4	4	39
R_41	5	4	3	3	3	4	4	5	4	5	40
R_42	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	40
R_43	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
R_44	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
R_45	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
R_46	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	45
R_47	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
R_48	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
R_49	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	45
R_50	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
R_51	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	44
R_52	4	4	4	4	2	3	2	4	5	3	35
R_53	4	3	4	3	3	2	4	3	3	3	32
R_54	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	30
R_55	4	5	3	5	3	3	3	4	5	5	40
R_56	5	3	3	4	4	5	2	3	3	4	36
R_57	4	3	4	5	3	4	3	3	4	4	37
R_58	5	4	3	4	4	4	5	4	3	5	41
R_59	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	42
R_60	5	5	3	4	4	3	3	4	3	5	39
R_61	3	5	3	4	3	3	3	4	3	3	34
R_62	3	4	5	5	4	3	4	4	4	4	40
R_63	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	39
R_64	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	38
R_65	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	36
R_66	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	42
R_67	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44
R_68	3	4	3	4	4	4	3	2	3	3	33
R_69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R_70	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	39
R_71	5	4	3	3	3	4	4	5	4	5	40
R_72	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
R_73	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
R_74	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46
R_75	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	45
R_76	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
R_77	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
R_78	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
R_79	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
R_80	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	44

Lampiran 19

**TABULASI DATA PENELITIAN 80 RESPONDEN
MINAT BELI KONSUMEN (Y)**

Responden	Variabel Minat Beli Knsumen										TOTAL Y
	Y 01	YX3 02	Y 03	Y 04	Y 05	Y 06	Y 07	Y 08	Y 09	Y 10	
R_1	5	4	4	4	3	3	4	5	3	4	39
R_2	3	3	4	3	5	5	4	3	5	4	39
R_3	3	4	3	2	4	4	3	2	3	3	31
R_4	2	3	3	3	4	4	5	4	5	5	38
R_5	3	4	4	4	3	3	2	3	4	3	33
R_6	4	3	5	3	3	3	4	3	3	4	35
R_7	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	44
R_8	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
R_9	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
R_10	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	46
R_11	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
R_12	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	46
R_13	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	43
R_14	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	44
R_15	4	3	3	5	3	3	5	4	3	3	36
R_16	3	4	3	4	5	4	3	4	4	5	39
R_17	5	4	3	5	3	3	4	5	4	3	39
R_18	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47
R_19	3	2	4	5	4	3	5	4	4	5	39
R_20	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	47
R_21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R_22	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
R_23	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	44
R_24	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	46
R_25	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
R_26	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	46
R_27	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	43
R_28	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	44
R_29	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
R_30	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
R_31	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	46
R_32	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
R_33	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	44
R_34	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
R_35	5	4	5	3	4	4	4	5	5	5	44
R_36	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	47
R_37	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	33

R_38	3	4	5	4	3	3	2	3	4	3	34
R_39	3	4	3	2	4	4	3	2	3	3	31
R_40	2	3	3	3	4	4	5	4	5	5	38
R_41	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
R_42	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
R_43	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	43
R_44	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
R_45	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	44
R_46	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
R_47	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
R_48	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	46
R_49	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	44
R_50	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
R_51	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
R_52	4	4	3	2	3	5	2	2	3	4	32
R_53	5	4	2	2	4	5	5	5	5	5	42
R_54	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	47
R_55	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	42
R_56	5	4	4	4	5	4	3	4	4	3	40
R_57	4	5	4	2	4	3	4	3	3	4	36
R_58	5	3	4	5	4	3	3	3	4	4	38
R_59	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	46
R_60	5	4	3	5	4	4	4	4	4	3	40
R_61	4	5	3	4	3	5	4	4	4	3	39
R_62	5	4	5	5	5	3	3	4	4	4	42
R_63	4	4	4	5	3	5	3	3	5	3	39
R_64	4	3	3	5	5	4	5	3	4	4	40
R_65	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	46
R_66	5	4	3	5	4	3	4	5	4	5	42
R_67	5	4	3	4	3	4	3	5	4	4	39
R_68	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	46
R_69	4	5	5	3	4	4	3	3	4	4	39
R_70	4	4	5	3	5	5	4	2	4	5	41
R_71	5	5	3	3	5	3	3	3	4	4	38
R_72	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	40
R_73	5	3	3	4	3	5	4	3	3	4	37
R_74	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	47
R_75	3	4	5	3	5	4	3	5	3	5	40
R_76	5	3	4	5	3	4	5	4	5	3	41
R_77	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	46
R_78	3	5	4	5	4	5	5	3	4	5	43
R_79	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	46
R_80	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	46

Lampiran 20

**UJI VALIDITAS 80 RESPONDEN
PEMASARAN PRODUK (X₁)**

Correlations												
		X1_01	X1_02	X1_03	X1_04	X1_05	X1_06	X1_07	X1_08	X1_09	X1_10	Pengaruh Pemasaran Produk
X1_01	Pearson Correlation	1	,040	,067	,242*	,489**	,212	,051	,152	,228*	,244*	,480**
	Sig. (2-tailed)		,722	,553	,030	,000	,059	,650	,178	,042	,029	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_02	Pearson Correlation	,040	1	,142	,172	,473**	-,085	,472**	,432**	,177	,440**	,550**
	Sig. (2-tailed)	,722		,210	,127	,000	,455	,000	,000	,116	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_03	Pearson Correlation	,067	,142	1	,338**	,175	,302**	,219	,243*	,320**	,420**	,573**
	Sig. (2-tailed)	,553	,210		,002	,120	,006	,051	,030	,004	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_04	Pearson Correlation	,242*	,172	,338**	1	,384**	,208	,284*	,162	,216	,433**	,607**
	Sig. (2-tailed)	,030	,127	,002		,000	,064	,011	,152	,054	,000	,000

	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_05	Pearson Correlation	,489**	,473**	,175	,384**	1	,301**	,381**	,279*	,280*	,495**	,742**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,120	,000		,007	,000	,012	,012	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_06	Pearson Correlation	,212	-,085	,302**	,208	,301**	1	,075	,014	,156	,309**	,449**
	Sig. (2-tailed)	,059	,455	,006	,064	,007		,511	,903	,167	,005	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_07	Pearson Correlation	,051	,472**	,219	,284*	,381**	,075	1	,160	,222*	,330**	,542**
	Sig. (2-tailed)	,650	,000	,051	,011	,000	,511		,156	,048	,003	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_08	Pearson Correlation	,152	,432**	,243*	,162	,279*	,014	,160	1	,296**	,283*	,524**
	Sig. (2-tailed)	,178	,000	,030	,152	,012	,903	,156		,008	,011	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_09	Pearson Correlation	,228*	,177	,320**	,216	,280*	,156	,222*	,296**	1	,165	,538**
	Sig. (2-tailed)	,042	,116	,004	,054	,012	,167	,048	,008		,144	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

X1_10	Pearson Correlation	,244*	,440**	,420**	,433**	,495**	,309**	,330**	,283*	,165	1	,720**
	Sig. (2-tailed)	,029	,000	,000	,000	,000	,005	,003	,011	,144		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Pengaruh Pemasaran Produk	Pearson Correlation	,480**	,550**	,573**	,607**	,742**	,449**	,542**	,524**	,538**	,720**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												

Lampiran 21

**UJI VALIDITAS 80 RESPONDEN
KUALITAS PRODUK (X₂)**

Correlations												
		X2_01	X2_02	X2_03	X2_04	X2_05	X2_06	X2_07	X2_08	X2_09	X2_10	Kualitas Produk
X2_01	Pearson Correlation	1	,325**	,363**	,286*	,239*	,322**	,367**	,439**	,495**	,414**	,670**
	Sig. (2-tailed)		,003	,001	,010	,033	,004	,001	,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2_02	Pearson Correlation	,325**	1	,561**	,385**	,217	,425**	,175	,140	,425**	,386**	,609**
	Sig. (2-tailed)	,003		,000	,000	,053	,000	,121	,217	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2_03	Pearson Correlation	,363**	,561**	1	,613**	,312**	,496**	,335**	,299**	,359**	,406**	,728**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,005	,000	,002	,007	,001	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2_04	Pearson Correlation	,286*	,385**	,613**	1	,149	,368**	,347**	,252*	,330**	,449**	,631**
	Sig. (2-tailed)	,010	,000	,000		,188	,001	,002	,024	,003	,000	,000

	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2_05	Pearson Correlation	,239*	,217	,312**	,149	1	,219	,232*	,240*	,371**	,303**	,507**
	Sig. (2-tailed)	,033	,053	,005	,188		,051	,039	,032	,001	,006	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2_06	Pearson Correlation	,322**	,425**	,496**	,368**	,219	1	,188	,209	,342**	,191	,586**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,000	,001	,051		,095	,063	,002	,090	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2_07	Pearson Correlation	,367**	,175	,335**	,347**	,232*	,188	1	,747**	,461**	,465**	,668**
	Sig. (2-tailed)	,001	,121	,002	,002	,039	,095		,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2_08	Pearson Correlation	,439**	,140	,299**	,252*	,240*	,209	,747**	1	,431**	,396**	,647**
	Sig. (2-tailed)	,000	,217	,007	,024	,032	,063	,000		,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2_09	Pearson Correlation	,495**	,425**	,359**	,330**	,371**	,342**	,461**	,431**	1	,633**	,740**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,003	,001	,002	,000	,000		,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

X2_10	Pearson Correlation	,414**	,386**	,406**	,449**	,303**	,191	,465**	,396**	,633**	1	,707**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,006	,090	,000	,000	,000		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Kualitas Produk	Pearson Correlation	,670**	,609**	,728**	,631**	,507**	,586**	,668**	,647**	,740**	,707**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Lampiran 22

UJI VALIDITAS 80 RESPONDEN
HARGA (X₃)

Correlations												
		X2_01	X2_02	X2_03	X2_04	X2_05	X2_06	X2_07	X2_08	X2_09	X2_10	Kualitas Produk
X3_01	Pearson Correlation	1	0,192	0,173	-0,187	0,177	,513**	,328**	,577**	,307**	,517**	,623**
	Sig. (2-tailed)		0,088	0,126	0,096	0,116	0	0,003	0	0,006	0	0
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3_02	Pearson Correlation	0,192	1	,376**	,514**	,455**	0,036	-0,033	0,179	0,195	,412**	,560**
	Sig. (2-tailed)	0,088		0,001	0	0	0,749	0,771	0,113	0,082	0	0
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3_03	Pearson Correlation	0,173	,376**	1	,513**	,424**	,253*	,341**	,222*	0,137	0,001	,610**
	Sig. (2-tailed)	0,126	0,001		0	0	0,024	0,002	0,048	0,225	0,991	0
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3_04	Pearson Correlation	-0,187	,514**	,513**	1	,560**	0,011	-0,146	###	0,022	-0,019	,365**
	Sig. (2-tailed)	0,096	0	0		0	0,921	0,195	0,465	0,844	0,864	0,001

	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3_05	Pearson Correlation	0,177	,455**	,424**	,560**	1	,354**	0,152	0,089	-0,06	0,109	,563**
	Sig. (2-tailed)	0,116	0	0	0		0,001	0,178	0,433	0,597	0,336	0
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3_06	Pearson Correlation	,513**	0,036	,253*	0,011	,354**	1	,580**	,401**	,341**	0,171	,638**
	Sig. (2-tailed)	0	0,749	0,024	0,921	0,001		0	0	0,002	0,129	0
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3_07	Pearson Correlation	,328**	-0,033	,341**	-0,146	0,152	,580**	1	,580**	,433**	,325**	,629**
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,771	0,002	0,195	0,178	0		0	0	0,003	0
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3_08	Pearson Correlation	,577**	0,179	,222*	-0,083	0,089	,401**	,580**	1	,508**	,505**	,684**
	Sig. (2-tailed)	0	0,113	0,048	0,465	0,433	0	0		0	0	0
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3_09	Pearson Correlation	,307**	0,195	0,137	0,022	-0,06	,341**	,433**	,508**	1	,481**	,556**
	Sig. (2-tailed)	0,006	0,082	0,225	0,844	0,597	0,002	0	0		0	0
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

X3_10	Pearson Correlation	,517**	,412**	0,001	-0,019	0,109	0,171	,325**	,505**	,481**	1	,586**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,991	0,864	0,336	0,129	0,003	0	0		0
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Harga	Pearson Correlation	,623**	,560**	,610**	,365**	,563**	,638**	,629**	,684**	,556**	,586**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0,001	0	0	0	0	0	0	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Lampiran 23

**UJI VALIDITAS 80 RESPONDEN
MINAT BELI KONSUMEN (Y)**

Correlations												
		Y_01	Y_02	Y_03	Y_04	Y_05	Y_06	Y_07	Y_08	Y_09	Y_10	Minat Beli Konsumen
Y_01	Pearson Correlation	1	,164	,074	,344**	,072	,097	,102	,237*	,146	,008	,402**
	Sig. (2- tailed)		,145	,511	,002	,526	,393	,370	,035	,195	,941	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y_02	Pearson Correlation	,164	1	,162	,059	,110	,371**	-,005	,148	,142	,160	,377**
	Sig. (2- tailed)	,145		,152	,601	,330	,001	,966	,190	,209	,156	,001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y_03	Pearson Correlation	,074	,162	1	,217	,272*	,079	,093	,218	,266*	,253*	,453**
	Sig. (2- tailed)	,511	,152		,053	,015	,484	,414	,052	,017	,024	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y_04	Pearson Correlation	,344**	,059	,217	1	,130	,113	,307**	,427**	,328**	,129	,568**

	Sig. (2-tailed)	,002	,601	,053		,250	,319	,006	,000	,003	,255	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y_05	Pearson Correlation	,072	,110	,272*	,130	1	,404**	,349**	,268*	,385**	,461**	,582**
	Sig. (2-tailed)	,526	,330	,015	,250		,000	,002	,016	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y_06	Pearson Correlation	,097	,371**	,079	,113	,404**	1	,414**	,234*	,449**	,428**	,601**
	Sig. (2-tailed)	,393	,001	,484	,319	,000		,000	,037	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y_07	Pearson Correlation	,102	-,005	,093	,307**	,349**	,414**	1	,472**	,453**	,492**	,650**
	Sig. (2-tailed)	,370	,966	,414	,006	,002	,000		,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y_08	Pearson Correlation	,237*	,148	,218	,427**	,268*	,234*	,472**	1	,451**	,485**	,711**
	Sig. (2-tailed)	,035	,190	,052	,000	,016	,037	,000		,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y_09	Pearson Correlation	,146	,142	,266*	,328**	,385**	,449**	,453**	,451**	1	,581**	,719**

	Sig. (2-tailed)	,195	,209	,017	,003	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y_10	Pearson Correlation	,008	,160	,253*	,129	,461**	,428**	,492**	,485**	,581**	1	,681**
	Sig. (2-tailed)	,941	,156	,024	,255	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Minat Beli Konsumen	Pearson Correlation	,402**	,377**	,453**	,568**	,582**	,601**	,650**	,711**	,719**	,681**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Lampiran 24

**UJI RELIABILITAS 80 RESPONDEN
PENGARUH PEMASARAN PRODUK (X₁)**

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	80	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,773	10

Lampiran 25

**UJI RELIABILITA 80 RESPONDEN
PEMASARAN PRODUK (X₁)**

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	80	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,845	10

Lampiran 26

**UJI RELIABILITAS 80 RESPONDEN
HARGA(X₃)**

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	80	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,783	10

Lampiran 27

**UJI RELIABILITAS 80 RESPONDEN
MINAT BELI KONSUMEN (Y)**

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	80	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,774	10

Lampiran 28

**HASIL *OUTPUT* SPSS ANALISIS DESKRIPTIF
PEMASARAN PRODUK (X₁)**

Pengaruh Pemasaran Produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	1	1,3	1,3	1,3
	31	1	1,3	1,3	2,5
	32	1	1,3	1,3	3,8
	33	6	7,5	7,5	11,3
	34	4	5,0	5,0	16,3
	35	3	3,8	3,8	20,0
	36	3	3,8	3,8	23,8
	37	1	1,3	1,3	25,0
	38	5	6,3	6,3	31,3
	39	4	5,0	5,0	36,3
	40	3	3,8	3,8	40,0
	41	11	13,8	13,8	53,8
	42	2	2,5	2,5	56,3
	43	5	6,3	6,3	62,5
	44	6	7,5	7,5	70,0
	45	16	20,0	20,0	90,0
	46	4	5,0	5,0	95,0
	47	1	1,3	1,3	96,3
	48	1	1,3	1,3	97,5
	49	1	1,3	1,3	98,8
50	1	1,3	1,3	100,0	
	Total	80	100,0	100,0	

Lampiran 29

**HASIL OUTPUT SPSS ANALISIS DESKRIPTIF
KUALITAS PRODUK (X₂)**

Kualitas Produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	31	2	2,5	2,5	2,5
	32	1	1,3	1,3	3,8
	35	12	15,0	15,0	18,8
	36	2	2,5	2,5	21,3
	37	3	3,8	3,8	25,0
	38	10	12,5	12,5	37,5
	39	4	5,0	5,0	42,5
	40	3	3,8	3,8	46,3
	41	4	5,0	5,0	51,2
	42	3	3,8	3,8	55,0
	43	4	5,0	5,0	60,0
	44	6	7,5	7,5	67,5
	46	18	22,5	22,5	90,0
	47	4	5,0	5,0	95,0
	48	2	2,5	2,5	97,5
	49	1	1,3	1,3	98,8
	50	1	1,3	1,3	100,0
		Total	80	100,0	100,0

Lampiran 30

**HASIL OUTPUT SPSS ANALISIS DESKRIPTIF
HARGA X₁)**

Harga					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	1	1,3	1,3	1,3
	32	1	1,3	1,3	2,5
	33	1	1,3	1,3	3,8
	34	2	2,5	2,5	6,3
	35	1	1,3	1,3	7,5
	36	4	5,0	5,0	12,5
	37	1	1,3	1,3	13,8
	38	5	6,3	6,3	20,0
	39	8	10,0	10,0	30,0
	40	12	15,0	15,0	45,0
	41	1	1,3	1,3	46,3
	42	4	5,0	5,0	51,2
	43	2	2,5	2,5	53,8
	44	12	15,0	15,0	68,8
	45	16	20,0	20,0	88,8
	46	4	5,0	5,0	93,8
	47	2	2,5	2,5	96,3
	48	1	1,3	1,3	97,5
	49	1	1,3	1,3	98,8
	50	1	1,3	1,3	100,0
Total		80	100,0	100,0	

Lampiran 31

**HASIL OUTPUT SPSS ANALISIS DESKRIPTIF
MINAT BELI KONSUMEN (Y)**

Minat Beli Konsumen					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	31	2	2,5	2,5
	32	32	1	1,3	1,3
	33	33	2	2,5	2,5
	34	34	1	1,3	1,3
	35	35	1	1,3	1,3
	36	36	2	2,5	2,5
	37	37	1	1,3	1,3
	38	38	4	5	5
	39	39	9	11,3	11,3
	40	40	5	6,3	6,3
	41	41	2	2,5	2,5
	42	42	6	7,5	7,5
	43	43	4	5	5
	44	44	10	12,5	12,5
	45	45	2	2,5	2,5
	46	46	12	15	15
	47	47	10	12,5	12,5
	48	48	4	5	5
	49	49	1	1,3	1,3
	50	50	1	1,3	1,3
	Total	80	100,0	100,0	

Lampiran 32

HASIL OUPUT SPSS UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,68026800
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,069
	Negative	-,072
Test Statistic		,072
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.		

Lampiran 33

**HASIL OUPUT SPSS UJI HOMOGENITAS
PEMASARAN PRODUK (X₁)**

Test of Homogeneity of Variances			
Responden_ Pemasaran Produk (X₁)			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,764	2	77	,069

Lampiran 34

**HASIL OUPUT SPSS UJI HOMOGENITAS
KUALITAS PRODUK (X₂)**

Test of Homogeneity of Variances			
Minat Beli Konsumen			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,337	13	63	,216

Lampiran 35

**HASIL OUPUT SPSS UJI HOMOGENITAS
HARGA (X₃)**

Test of Homogeneity of Variances			
Minat Beli Konsumen			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,862	10	60	,572

Lampiran 36

**HASIL OUPUT SPSS UJI LINIERITAS
PEMASARAN PRODUK (X₁)**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli Konsumen *Pemasaran Produk	Between Groups	(Combined)	615,614	20	30,781	1,789	,044
		Linearity	55,281	1	55,281	3,213	,078
		Deviation from Linearity	560,333	19	29,491	1,714	,059
	Within Groups		1015,136	59	17,206		
	Total		1630,750	79			

Lampiran 37

**HASIL OUPUT SPSS UJI LINIERITAS
KUALITAS PRODUK (X2)**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli Konsumen *Kualitas Produk	Between Groups	(Combined)	296,683	16	18,543	0,876	0,599
		Linearity	83,92	1	83,92	3,963	0,051
		Deviation from Linearity	212,764	15	14,184	0,67	0,804
	Within Groups		1015,136	1334,07	63	21,176	
	Total		1630,750	1630,75	79		

Lampiran 38

**HASIL OUPUT SPSS UJI LINIERITAS
HARGA (X3)**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli Konsumen *Harga	Between Groups	(Combined)	188,938	19	9,944	0,414	0,982
		Linearity	0,229	1	0,229	0,01	0,923
		Deviation from Linearity	188,708	18	10,484	0,436	0,973
	Within Groups		1015,136	1441,81	60	24,03	
	Total		1630,750	1630,75	79		

Lampiran 39

**HASIL OUPUT SPSS REGRESI LINIER SEDERHANA
PEMASARAN PRODUK (X₁)**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,076	2,065		4,395	,000
	Pemasaran Produk	,823	,051	,852	16,163	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Lampiran 40

**HASIL OUPUT SPSS REGRESI LINIER SEDERHANA
KUALITAS PRODUK (X₂)**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,673	2,647		2,143	0,035
	Kualitas Produk	0,924	0,067	0,813	13,881	0

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Lampiran 41

**HASIL OUPUT SPSS REGRESI LINIER SEDERHANA
HARGA (X₃)**

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,050	2,458		2,461	,016
	Harga	,882	,060	,830	14,797	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Lampiran 42

HASIL OUTPUT SPSS REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,282	1,046		-2,182	0,032
	Pemasaran Produk	,317	,075	,333	4,231	,000
	Kualitas Produk	,056	,017	,061	3,287	,002
	Harga	,710	,087	,638	8,191	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Lampiran 43

NILAI R TABEL

DISTRIBUSI NILAI R_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% Dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran 44

TABEL T

Titik Persentase Distirbusi t (df = 41-80)

T df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127	
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595	
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089	
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607	
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148	
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710	
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291	
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891	
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508	
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141	
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789	
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451	
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127	
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815	
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515	
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226	
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948	
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680	
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421	
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171	
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930	
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696	

63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Lampiran 45

TABEL F

Titik Persentase Distribusi f (df = 41-80)

$\alpha =$ 0,05	$df_1=(k-1)$							
	1	2	3	4	5	6	7	8
41	4.079	3.226	2.833	2.600	2.443	2.330	2.243	2.174
42	4.073	3.220	2.827	2.594	2.438	2.324	2.237	2.168
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432	2.318	2.232	2.163
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427	2.313	2.226	2.157
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422	2.308	2.221	2.152
46	4.052	3.200	2.807	2.574	2.417	2.304	2.216	2.147
47	4.047	3.195	2.802	2.570	2.413	2.299	2.212	2.143
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409	2.295	2.207	2.138
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404	2.290	2.203	2.134
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400	2.286	2.199	2.130
51	4.030	3.179	2.786	2.553	2.397	2.283	2.195	2.126
52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393	2.279	2.192	2.122
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	2.275	2.188	2.119
54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386	2.272	2.185	2.115
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383	2.269	2.181	2.112
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380	2.266	2.178	2.109
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377	2.263	2.175	2.106
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	2.260	2.172	2.103
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	2.257	2.169	2.100
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	2.254	2.167	2.097
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366	2.251	2.164	2.094
62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.363	2.249	2.161	2.092
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361	2.246	2.159	2.089
64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358	2.244	2.156	2.087
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356	2.242	2.154	2.084
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354	2.239	2.152	2.082
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352	2.237	2.150	2.080
68	3.982	3.132	2.740	2.507	2.350	2.235	2.148	2.078




69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348	2.233	2.145	2.076
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231	2.143	2.074
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344	2.229	2.142	2.072
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342	2.227	2.140	2.070
73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340	2.226	2.138	2.068
74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338	2.224	2.136	2.066
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337	2.222	2.134	2.064
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335	2.220	2.133	2.063
77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333	2.219	2.131	2.061
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332	2.217	2.129	2.059
79	3.962	3.112	2.720	2.487	2.330	2.216	2.128	2.058
80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329	2.214	2.126	2.056

Lampiran 46




JURNAL BIMBINGAN SKIRPSI

PEMBIMBINGAN SKRIPSI

PEMBIMBING I

No	Tanggal	Maksud Bimbingan	Uraian Hasil Bimbingan	TTD
1	20/2023 7		Revisi Bab 4-5	
2			Revisi	
3	7/2023 8		Ace	
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				

**PEMBIMBINGAN SKRIPSI
PEMBIMBING II**

No	Tanggal	Maksud Bimbingan	Uraian Hasil Bimbingan	TTD
1	20/7-23	bab IV	bagi literasi.	
2	24/7-23	bab II. bab IV - V.	bab 2. simpulan tiap bagian? bab 5. saran berdasarkan kesimpulan.	
3	27/7-23	Seluruhnya ayu. tenghapi	kesimpulan. ACG	
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				

SURAT OBSERVASI AWAL



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

PROGDI : PPKN, PBSI, PBI, PEND. MATEMATIKA, BIMBINGAN DAN KONSELING,
PEND. EKONOMI., PEND. IPA DAN PPG

SEKRETARIAT : JL. HALMAHERA KM. 1 TELP. (0283) 357122 TEGAL

Nomor : 357/K/A-2/FKIP-UPS/VI/2023
Lampiran : 1 Lembar
Perihal : *Permohonan Data Untuk Proposal Penelitian*

Tegal, 25 Januari 2023

Yth Owner Miemie Brownie Diponegoro Kota Tegal

di -
Tempat

Dengan hormat kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami,

Nama : Harun Supriyadi
NPM : 1319500013
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Maksud : Studi lapangan/observasi awal dalam rangka
Penyusunan Skripsi Strata 1 FKIP UPS Tegal.
Judul :

“PENGARUH PEMASARAN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS DI MIEMIE BROWNIE DIPONEGORO KOTA TEGAL)”

Pembimbing I : Dr. Beni Habibi M.Pd

II : Dr. Basukiyatno M.Pd

Selanjutnya, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberi bimbingan dan arahan agar mahasiswa kami tersebut dapat menyelesaikan skripsi dan studi dengan baik.

Demikian, atas bantuan dan kerjasamanya, disampaikan terima kasih.

Wakil Dekan,
Rid Akademik,

Dr. Hanung Sudibyo, M.Pd
NIPY 2316981983

Lampiran 48

LEMBAR OBSERVASI

Lembar Observasi

Pengaruh Pemasaran Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen
(Studi Kasus di Miemie Brownie Diponegoro Kota Tegal)

No.	Aspek Pengamatan	Ya / Tidak	Catatan
1.	Pemasaran melalui media sosial yang terupdate dan promosi yang direncanakan	Ya	Pemasaran melalui media sosial seperti instagrem, facebook dan tiktok
2.	Konsumen secara aktif memegang atau memperhatikan kemasan atau produk sebelum memutuskan membeli	Ya	Keputusan konsumen untuk membeli salah satunya memastikan produk seperti memastikan kemasan atau produk yang akan dibeli
3.	Konsumen sempat sesekali menanyakan bahan dan kualitas produk pada staf penjual atau kasir	Ya	Keputusan lain konsumen dalam membeli yaitu memperhatikan kualitas produk yang akan dibeli
4.	Jenis konsumen mayoritas take-away	Ya	Tingkat penjualan paling banyak pada jenis konsumen take-away
5.	Kualitas bahan baku premium	Ya	Bahan baku premium diproses dengan hati-hati untuk menjaga kualitas dan konsistensi produk akhir. Setiap produk yang dihasilkan memiliki standar kualitas yang tinggi, sehingga pelanggan dapat mempercayai bahwa mereka akan selalu mendapatkan yang terbaik
6.	Fluktuasi bahan baku	Ya	Fluktuasi bahan baku umumnya mempengaruhi harga dan biaya produksi. Kenaikan harga bahan baku dapat meningkatkan biaya produksi, yang pada gilirannya dapat mengarah pada penyesuaian harga produk akhir. Ini bisa berdampak pada

			daya saing produk di pasar.
7.	Harga termasuk kalangan menengah atas	Ya	Hal tersebut dirasa oleh salah satu konsumen disampaikan melalui wawancara, seperti, harga termasuk menengah atas, namun kualitas produk yang diberikan sesuai dengan harga yang diberikan.
8.	Terdapat ulasan komentar konsumen positif maupun negatif	Ya	Ulasan komentar positif dapat membangun kepercayaan konsumen pada suatu produk bahkan meningkatkan citra yang baik bagi perusahaan, ulasan komentar negatif dapat menjadikan salah satu evaluasi atau masukan dalam meningkatkan pelayanan maupun meningkatkan kualitas produk yang lebih baik lagi
9.	Minat beli berasal dari pemasaran yang dilakukan dan kualitas produk yang diberikan	Ya	Salah satu daya tarik konsumen dalam memutuskan membeli yaitu dengan mengetahui pemasaran yang dilakukan melalui media sosial maupun kualitas produk yang sudah dirasa sesuai dengan konsumen
10.	Lingkungan usaha yang kompetitif	Ya	Lingkungan usaha yang kompetitif membuat perusahaan lebih memperhatikan segmen pasar dengan berbagai upaya strategi

Perizinan Penelitian



Ardi Setiawan, S.Pd

Lampiran 49

PEDOMAN WAWANCARA

Nama Peneliti : Harun Supriyadi
 Nama Responden : Adib
 Usia : 23
 Jenis Kelamin : Laki - Laki
 Hari, tanggal : 9 Agustus 2023 / 20 Feb. 2000 .

HASIL WAWANCARA

No	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana Anda biasanya mencari informasi tentang produk sebelum memutuskan untuk membeli?	Rasa Penasaran .suka tempat, lewat Media Sosial, atau Sempat melihat
2.	Apa yang membuat Anda tertarik pada produk tertentu?	Produk Pasti / kualitasnya memang sudah jelas.
3.	Apakah ada pesan tertentu dalam iklan yang membuat Anda tertarik untuk memeriksa produk lebih lanjut?	Testimoni rasa dan beberapa. Konten iklan, yg membuat penasaran, akhirnya mencari informasi lainnya.
4.	Bagaimana Anda menilai kualitas produk sebagai faktor yang mempengaruhi minat beli Anda? Apakah kualitas produk berkontribusi pada keputusan Anda untuk membeli suatu produk?	Ya sangat berpengaruh. Apalagi untuk kualitas itu jadi salah satu pilihan untuk suatu produk di beli
5.	Apakah faktor kualitas memengaruhi keputusan pembelian Anda? Apakah Anda akan membayar lebih untuk kualitas yang lebih tinggi?	iyah betul

6.	Apakah ada pengalaman positif atau negatif dengan kualitas produk yang memengaruhi minat beli Anda?	Sangat mempengaruhi minat beli.
7.	Bagaimana peran harga dalam pengambilan keputusan pembelian Anda? Apakah harga mempengaruhi minat beli Anda? Adakah harga yang dianggap terlalu mahal atau terlalu murah dalam konteks produk ini?	Peran harga sangat berpengaruh. Untuk keputusan saya, dan minat beli juga apalagi jika terlalu mahal dan terlalu murah.
8.	Apakah ada situasi di mana Anda merasa harga produk terlalu mahal atau terlalu murah?	Pernah.
9.	Apakah ada strategi harga atau promosi khusus yang membuat Anda lebih tertarik pada suatu produk?	Ada.
10.	Apakah ada pengalaman pembelian produk di masa lalu yang sangat mempengaruhi pandangan Anda tentang pengaruh pemasaran produk, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli?	Iya.

Terima kasih atas partisipasi Anda dalam wawancara ini

Nama Peneliti : Harun Supriyadi
 Nama Responden : Kikyaful Muthidah
 Usia : 21 tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Hari, tanggal : 9 Agustus 2023

HASIL WAWANCARA

No	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana Anda biasanya mencari informasi tentang produk sebelum memutuskan untuk membeli?	Mencari informasi di gosby/ sosial media
2.	Apa yang membuat Anda tertarik pada produk tertentu?	Faktorik, karena Perumahan kopi dan kualitas peranya tagamir.
3.	Apakah ada pesan tertentu dalam iklan yang membuat Anda tertarik untuk memeriksa produk lebih lanjut?	Apa. Karena adanya promo yang membuat saya tertarik untuk membelinya
4.	Bagaimana Anda menilai kualitas produk sebagai faktor yang mempengaruhi minat beli Anda? Apakah kualitas produk berkontribusi pada keputusan Anda untuk membeli suatu produk?	Karena Para yang diberikan produk sesuai dengan minat saya.
5.	Apakah faktor kualitas memengaruhi keputusan pembelian Anda? Apakah Anda akan membayar lebih untuk kualitas yang lebih tinggi?	berpengaruh karena apabila kualitas produk diberikan sangat baik maka saya bersedia membayar lebih, mungkin dengan harga yang lebih terjangkau.

6.	Apakah ada pengalaman positif atau negatif dengan kualitas produk yang memengaruhi minat beli Anda?	Ada pengalaman positif seperti mendapatkan voucher belanja pada waktu tertentu.
7.	Bagaimana peran harga dalam pengambilan keputusan pembelian Anda? Apakah harga mempengaruhi minat beli Anda? Adakah harga yang dianggap terlalu mahal atau terlalu murah dalam konteks produk ini?	Harga mempengaruhi minat beli karena ketika harga terjangkau maka banyak pembeliannya.
8.	Apakah ada situasi di mana Anda merasa harga produk terlalu mahal atau terlalu murah?	Ada, Harga Terlihat mahal karena bahan baku juga tidak kecil harganya sehingga saya sebagai konsumen merasa rugi.
9.	Apakah ada strategi harga atau promosi khusus yang membuat Anda lebih tertarik pada suatu produk?	Adanya promosi dan potongan harga berupa voucher yang diberikan saya sebagai konsumen.
10.	Apakah ada pengalaman pembelian produk di masa lalu yang sangat mempengaruhi pandangan Anda tentang pengaruh pemasaran produk, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli?	Ada, dulu sebelum saya membuka sosial media minat pembeli yang membuat saya tertarik pada produk tersebut kurang dari ini.

Terima kasih atas partisipasi Anda dalam wawancara ini

Nama Peneliti : Harun Supriyadi
 Nama Responden : Luki Fadilah
 Usia : 25 tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan.
 Hari, tanggal :

HASIL WAWANCARA

No	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana Anda biasanya mencari informasi tentang produk sebelum memutuskan untuk membeli?	Dari postingan tiktok
2.	Apa yang membuat Anda tertarik pada produk tertentu?	Pada produknya anak
3.	Apakah ada pesan tertentu dalam iklan yang membuat Anda tertarik untuk memeriksa produk lebih lanjut?	Adanya promosi, membuat saya tertarik untuk mencoba produk
4.	Bagaimana Anda menilai kualitas produk sebagai faktor yang mempengaruhi minat beli Anda? Apakah kualitas produk berkontribusi pada keputusan Anda untuk membeli suatu produk?	Kualitas produknya menjadi nilai utama bagi saya
5.	Apakah faktor kualitas memengaruhi keputusan pembelian Anda? Apakah Anda akan membayar lebih untuk kualitas yang lebih tinggi?	Harga tinggi, dengan kualitas produk baik atau premium bisa jadi soal, lebih cocok lagi jika kualitas produk bagus harganya terjangkau.

6.	Apakah ada pengalaman positif atau negatif dengan kualitas produk yang memengaruhi minat beli Anda?	Ada salah satunya yaitu terlalu mahal ke lokasi minimarket
7.	Bagaimana peran harga dalam pengambilan keputusan pembelian Anda? Apakah harga mempengaruhi minat beli Anda? Adakah harga yang dianggap terlalu mahal atau terlalu murah dalam konteks produk ini?	Harga tentu jadi pilihan utama bisa jadi akan Mau beli
8.	Apakah ada situasi di mana Anda merasa harga produk terlalu mahal atau terlalu murah?	Pernah, sama persis kualitas produk bisa saja, harga yang cukup tinggi kualitas produk yang diberikan baik dan murah
9.	Apakah ada strategi harga atau promosi khusus yang membuat Anda lebih tertarik pada suatu produk?	Pembelian dengan cara kombinasi atau diskon voucher.
10.	Apakah ada pengalaman pembelian produk di masa lalu yang sangat mempengaruhi pandangan Anda tentang pengaruh pemasaran produk, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli?	Ada, karena terkadang nyaman dan rasanya bikin tenang

Terima kasih atas partisipasi Anda dalam wawancara ini

SURAT IZIN PENELITIAN



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGDI : PPKN, PBSI, PBI, PEND. MATEMATIKA, BIMBINGAN DAN KONSELING,
PEND. EKONOMI., PEND. IPA DAN PPG
SEKRETARIAT : JL. HALMAHERA KM. 1 TELP. (0283) 357122 TEGAL

Nomor : 357/K/A-2/FKIP-UPS/1/2023 Tegal, 12 Juni 2023
Lampiran : 1 Lembar
Perihal : *Permohonan izin Penelitian (Skripsi)*

Yth Owner Miemie Brownie Diponegoro Kota Tegal

di -
Tempat

Dengan hormat kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami,

Nama : Harun Supriyadi
NPM : 1319500013
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Maksud : Studi lapangan/Penelitian dalam rangka
Penyusunan Skripsi Strata 1 FKIP UPS Tegal.
Judul :

“PENGARUH PEMASARAN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS DI MIEMIE BROWNIE DIPONEGORO KOTA TEGAL)”

Pembimbing I : Dr. Beni Habibi M.Pd

II : Dr. Basukiyatno M.Pd

Selanjutnya, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberi bimbingan dan arahan agar mahasiswa kami tersebut dapat menyelesaikan skripsi dan studi dengan baik.

Demikian, atas bantuan dan kerjasamanya, disampaikan terima kasih.

Dekan,
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Pancasakti Tegal

Dr. Hanung Sudibyo, M.Pd
NIPY 2316981983

Lampiran 51

SURAT SELESAI PENELITIAN



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN
No. 002/NBM/VII/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini :
Nama : Mohammad Sahid Ramadhan
Jabatan : Direktur
Unit Kerja : PT Nibras Berkah Mulia

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa berikut
Nama : Harun Supriyadi
NIM : 1319500013
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas : Universitas Pancasakti Tegal

Telah selesai melakukan penelitian di perusahaan PT NIBRAS BERKAH MULIA selama 1 bulan terhitung dari 12 Juni – 20 Juli 2023 dengan judul skripsi "***Pengaruh Pemasaran Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Miemie Brownie Diponegoro Kota Tegal***"

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya.

Tegal, 28 Juli 2023

PT. NIBRAS BERKAH MULIA

Rama Sahid
Ceo PT Nibras Berkah Mulia

Lampiran 52

DOKUMENTASI

1. Outlet / Kedai Miemie Brownie

Miemie Brownie Kota Tegal terletak di Jl. P. Diponegoro No. 102,
Pekauman, Kec. Tegal Barat., Kota Tegal, Jawa Tengah 52125.



2. Observasi Awal

Selama observasi awal yang saya lakukan yaitu seperti pengamatan pemsaran pada pegawai toko yang aktif mengenalkan produk baru kepada konsumen dan memberikan sampel gratis produk. Selanjutnya pengamatan kualitas produk dengan dapat melihat langsung bagaimana konsumen melihat atau menilai sendiri bagaimana kualitas produk yang akan dibeli. Kemudian pematam pada harga ketika konsumen menanyakan adanya sedan gada promo khusus atau paket pembelian atau tidak. Semua pengamatan observasi yang saya lakukan dapat saya jumpai langsung dan mencoba mencari informasi terkait minat beli konsumen pada salah satu karyawan.



3. Wawancara pada konsumen

Tujuan utama dari hasil wawancara yang didokumentasikan adalah untuk mengumpulkan, merekam, dan mengorganisir informasi yang diperoleh dari interaksi dengan responden atau narasumber. Wawancara diambil pada jenis konsumen dine-in.



4. Salah satu Produk Miemie Brownie

a. SNACK BROWNIE TO GO

Snack brownie to go salah satu dari beberapa hasil produksi sendiri yang cukup terkenal menjadi salah satu jajanan atau sanck yang sering digemari oleh konsumen Miemie Brownie.



b. CAKE BROWNIE

Cake brownie merupakan hasil produksi Miemie Brownie tersedia dalam berbagai ukuran untuk memenuhi kebutuhan berbagai acara dan jumlah tamu. Pilihan ukuran kami mencakup ukuran standar untuk konsumsi pribadi hingga ukuran besar yang cocok untuk acara perayaan. Produk dikemas secara apik dan higienis dalam wadah yang kedap udara untuk menjaga kelembaban dan kesegaran rasa. Simpan di tempat yang sejuk dan kering untuk mempertahankan kualitas cake yang optimal.



c. *CHOFFE SHOP*

Selain *Bakery* dan *snack* Miemie Brownie juga tersedia *choffe shop*. Ketersediaan Choffee Shop pada outlet F&B ini merupakan wujud dari komitmen kami untuk memberikan pengalaman kopi yang tak terlupakan dan menyenangkan bagi setiap pelanggan kami. Dengan berkunjung ke Choffee Shop, pelanggan dapat menikmati nikmatnya cangkir kopi berkualitas tinggi dengan sentuhan manis coklat yang menggoda, serta merasakan kehangatan atmosfer yang nyaman dalam lingkungan outlet F&B. Nikmati sensasi rasa kopi yang berbeda dan kembangkan kecintaan



5. Perizinan Penelitian

Perizinan penelitian dilakukan dengan Owner Miemie Brownie, pada saat perizinan saya menjelaskan bagaimana saya berminat untuk menjadikan Miemie Brownie sebagai judul skripsi saya.



6. Perizinan Angket yang akan disebar untuk konsumen sebagai responden penelitian

Pada saat akan melakukan penyebaran angket terlebih dahulu saya memberikan laporan angket pernyataan apakah angket sesuai dengan kondisi konsumen terkait pengalaman pembelian di Miemie Brownie atau tidak



7. Pengambilan angket responden

Proses penyebaran angket dengan secara langsung baik konsumen *dine-in* maupun *take away*. Proses penyebaran angket ini dengan saya memberikan potongan vocer potongan belanja, sehingga saya lebih mudah dalam melakukan pendekatan pada konsumen agar dapat mengisi angket yang saya buat.



BERITA ACARA SKRIPSI



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGDI PPKN, PBSI, PBI, BIMBINGAN DAN KONSELING, PEND.EKONOMI,
PEND MATEMATIKA, PEND IPA, DAN PPG
Sekretariat Jl. Halmahera Km. 1 Tegal Telp (0283) 357155

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI No: 370/K/A-2/FKIP-UPS/ VIII /2023

Dengan ini Dewan penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal Nomor: 022/K/A-2/FKIP-UPS/VIII/2023 tanggal 04 Juli 2023 menyatakan bahwa pada hari ini Kamis, 03 Agustus 2023 pukul 09.15 WIB sampai dengan selesai telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa FKIP UPS Tegal:

Nama : HARUN SUPRIYADI
NPM : 1319500013
Jurusan / Progdil : PENDIDIKAN EKONOMI
Judul Skripsi : PENGARUH PEMASARAN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS DI MIEMIE BROWNIE DIPONEGORO KOTA TEGAL)
Nilai : Angka 86 Huruf A
Keterangan : LULUS

Demikian berita acara ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.
Tegal, 03 Agustus 2023
Tim Penguji,

1. Ketua
Nama : Dr. Hanung Sudibyo, M.Pd
NIDN : 0609088301
Pangkat/ Gol. : Penata / III C
Jabatan : Lektor
2. Sekretaris
Nama : Neni Hendaryati, M.Pd
NIDN : 0625068402
Pangkat/ Gol. : Penata / III C
Jabatan : Lektor
3. Penguji I
Nama : Dr. Dewi Amallah Nafiati, S.Pd., M.Si
NIDN : 0612107801
Pangkat/ Gol. : Penata Tk.1 / III D
Jabatan : Lektor
4. Penguji II/Pembimbing II
Nama : Dr. Basuklyatno, M.Pd
NIDN : 0616096001
Pangkat/ Gol. : Penata Tk.1 / III D
Jabatan : Lektor
5. Penguji III/Pembimbing I
Nama : Dr. Beni Habibi, M.Pd
NIDN : 0624028103
Pangkat/ Gol. : Penata / III C
Jabatan : Lektor

()

()

()

()

()



Mengetahui,
Dekan FKIP,
Widhi Haryanto, S.Pd., M.Pd.
Dr. Hanung Sudibyo, M.Pd
NIDN 0609088301



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGDI: PPKN, PBSI, PBI, BIMBINGAN DAN KONSELING, PEND.EKONOMI,
PEND.MATEMATIKA, PEND.IPA, DAN PPG
Sekretariat: Jl. Halmahera Km. 1 Tegal Telp.(0283) 357155

BERITA ACARA PENYELESAIAN REVISI SKRIPSI

Dengan ini Penguji Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal, menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

N a m a : HARUN SUPRIYADI
NPM : 1319500013
Judul Skripsi : PENGARUH PEMASARAN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS DI MIEMIE BROWNIE DIPONEGORO KOTA TEGAL)

Dengan penguji:

1. Penguji I
N a m a : Dr. Dewl Amallah Nafiatl, S.Pd., M.Si
NIDN : 0612107801
Pangkat/ Gol : Penata Tk.1 / III D
Jabatan : Lektor

2. Penguji II/Pembimbing II
N a m a : Dr. Basukiyatno, M.Pd
NIDN : 0616096001
Pangkat/ Gol : Penata Tk.1 / III D
Jabatan : Lektor

3. Penguji III/Pembimbing I
N a m a : Dr. Beni Habibi, M.Pd
NIDN : 0624028103
Pangkat / Gol : Penata / III C
Jabatan : Lektor

Dengan rekomendasi revisi skripsi sebagai berikut:

PENGUJI	REVISI SELESAI (TTD)	REVISI DALAM PROSES (TTD)	REVISI BELUM SELESAI (TTD)
I			
II			
III			

Demikian Berita Acara Penyelesaian Revisi Skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui,
Dekan FKIP,
Universitas Pancasakti Tegal,

Dr. Hanung Sudibyo, M.Pd
0609088301



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGDI: PPKN, PBSI, PBI, BIMBINGAN DAN KONSELING, PEND.EKONOMI,
PEND.MATEMATIKA, PEND.IPA, DAN PPG
Sekretariat: Jl. Halmahera Km. 1 Tegal Telp.(0283) 357155

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Dengan ini Komisi Pembimbing Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal, yang terdiri atas:

1. Pembimbing I

Nama : **Dr. Beni Habibi, M.Pd**
NIDN : 0624028103
Pangkat/ Gol : Penata / III C
Jabatan : Lektor

2. Pembimbing II

Nama : **Dr. Basuklyatno, M.Pd**
NIDN : 0616096001
Pangkat/ Gol : Penata Tk.1 / III D
Jabatan : Lektor

Menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : **Harun Supriyadi**
NPM : 1319500013
Jurusan/ Progd : Pendidikan Ekonomi

telah menyelesaikan SKRIPSI dengan judul:

dengan tahap pelaksanaan sebagai berikut:

NO.	TAHAPAN	TANGGAL PELAKSANAAN
1.	Pengajuan Judul	Senin, 09 Januari 2023
2.	Penulisan Proposal	Senin, 16 Januari 2023
3.	Pelaksanaan Penelitian	Senin, 12 Juni 2023
4.	Pengumpulan Data	Rabu, 05 Juli 2023
5.	Analisis Data	Kamis, 06 Juli 2023
6.	Penyusunan Laporan/Skripsi	Kamis, 20 Juli 2023

Skripsi tersebut telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal pada hari Kamis, 03 Agustus 2023

Demikian Berita Acara Bimbingan Skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tegal, 08 Agustus 2023

Pembimbing I,

Dr. Beni Habibi, M.Pd
NIDN.0624028103

Pembimbing II,

Dr. Basuklyatno, M.Pd
NIDN.0616096001



Mengetahui,
Dekan FKIP,
Dekan I,

Dr. Hanung Sudibyo, M.Pd
NIDN.0609088301

HASIL SCAN SIMILARITY

UPT IPI



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
UPT INOVASI DAN PUBLIKASI ILMIAH

JL. Halmahera Km. 1 – Tegal 52122
Sekretariat: Telp./ Fax. (0283) 351082 / Rektor: Telp./Fax. (0283) 351267
e-mail: ipi@upstegal.ac.id website: www.upstegal.ac.id

Nomor :006.a1363/K/A-2/IPI-UPS/VIII/2023

8/14/2023 6:13:03

Lampiran : -

Perihal : HASIL SCAN SIMILARITY

Kepada,

Yth. Harun Supriyadi

Dalam rangka pencegahan kasus plagiasi dalam penyusunan karya ilmiah dosen dan mahasiswa di lingkungan Universitas Pancasakti Tegal, maka saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Harun Supriyadi

Jenis karya : SKRIPSI

Judul : Pengaruh Pemasaran Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Mie Mie Brownie Diponegoro Kota Tegal)

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI dengan judul : **Pengaruh Pemasaran Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Mie Mie Brownie Diponegoro Kota Tegal)** telah dicek kesamaan (similarity) menggunakan Turnitin dengan hasil kesamaan sebesar 21%. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap kode etik publikasi dalam karya saya ini
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pemeriksa

Kepala UPT. Inovasi dan Publikasi Ilmiah
Universitas Pancasakti Tegal

Yuli Arbani, M.Pd.
NIDN. 0616068601

File Hasil Uji Similarity

Tegal, 2023

Yang menyatakan,

Harun Supriyadi



BIODATA PENULIS



Harun Supriyadi adalah nama peneliti pada skripsi ini. Penulis dilahirkan di Tegal, 17 April 2000. Peneliti beralamat di Jl. Widuri, Kecamatan Tegal Timur, Kelurahan Kejambon, Provinsi Jawa Tengah. Peneliti dapat dihubungi melalui email @harunnyadisupriyadi@gmail.com Pendidikan terakhir penulis adalah Universitas Pancasakti Tegal

(2019-2023) peneliti berhasil menyelesaikan program studi yang ditekuni pada tahun 2023, dengan judul skripsi “Pengaruh Pemasaran Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen”. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan sumbangsih terhadap dunia pendidik dan menambah referensi penelitian serta bermanfaat bagi pembaca.