

## LAMPIRAN

## Lampiran 1

## Matriks Penelitian Sebelumnya

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya

No.	Nama & Tahun	Sampel dan Alat Uji	Variabel	Hasil Penelitian
1	Lukman Nur Hakim (2019)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengguna motor Yamaha Nmax di Kabupaten Kebumen</li> <li>Analisis Regresi Linier Berganda</li> </ul>	Harga	Tidak Berpengaruh (-)
			<i>Electronic Word of Mouth</i>	Berpengaruh positif (+)
			Kualitas Produk	Tidak Berpengaruh (-)
2	Andhi Sukma, Nurul Hermina, Nina Nurani, Deden Novan Setiawan, Farida Nursyanti (2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Multiple linear regression analysis</i></li> </ul>	<i>Brand Image</i>	Tidak Berpengaruh (+)
			<i>Service Quality</i>	Berpengaruh (+)
3	Mustika Hakim, Ambar Lukitaningsih, dan Susanto (2019)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengguna sepeda motor di Kota Yogyakarta</li> <li>Analisis Linier Berganda</li> </ul>	Promosi	Tidak Berpengaruh (-)
			Harga	Berpengaruh positif (+)
			Kualitas Produk	Berpengaruh positif (+)
4	I Dewa Gde Agung Ekaprana, I Made Jatra, I Gusti Ayu Ketut Giantari (2020)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsumen dealer Astra Honda Denpasar</li> <li>Analisis Regresi Berganda</li> </ul>	Kualitas Produk	Berpengaruh (+)
			Kualitas Pelayanan	Berpengaruh (+)
			Citra Merek	Berpengaruh (+)
5	Edwin Sholeh Rahmanullah, Siti Nurjanah (2019)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengguna motor <i>matic</i> di Jakarta</li> </ul>	<i>Product Quality</i>	Berpengaruh (+)
			<i>Price</i>	Berpengaruh (+)

		<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis Regresi berganda</li> </ul>	<i>Supporting Infrastructure</i>	Berpengaruh (+)
			<i>Perceived Value (Y1)</i>	Berpengaruh (+)
6	Muthia Safitri, Lina Ariyani, dan Nobelson (2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsumen smartphone Vivo di Jakarta</li> <li>Analisis Regresi Linier Berganda</li> </ul>	Kualitas Produk Harga Promosi	Tidak Berpengaruh Parsial (-) Berpengaruh Parsial (+) Berpengaruh Parsial (+)
7	Irene Dwita Putri Sari, Nobelson, dan Rosali Sembiring (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Warga RW 2 Rawadenok, Depok</li> <li>Partial Least Square</li> </ul>	Harga Kenyamanan Konsumen Kepercayaan	Tidak Berpengaruh Signifikan (-) Tidak Berpengaruh Signifikan (-) Berpengaruh Signifikan (+)
8	Amron (2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pemilik smartphone Apple di Surakarta</li> <li>SPSS</li> </ul>	<i>Brand Image</i> <i>Design</i> <i>Feature</i> <i>Price</i>	Berpengaruh (+) Berpengaruh (+) Berpengaruh (+) Berpengaruh (+)
9	Ninuk Muljani dan Yulius Koesworo (2019)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya</li> <li>Analisis Regresi</li> </ul>	<i>Brand Image</i> <i>Product Quality</i> <i>Price</i>	Berpengaruh (+) Tidak Berpengaruh (-) Berpengaruh (+)
10	Ashraf Bany Mohammed (2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Generasi Z</li> <li>Teknik Analisis Regresi</li> </ul>	<i>Peer and Social Influence</i> <i>Perceived Usefulness</i> <i>Perceived Ease of Use</i> <i>Perceived Enjoyment</i>	Berpengaruh (+) Tidak Berpengaruh (-) Tidak Berpengaruh (-) Berpengaruh (+)

---

<i>Product Brand</i>	Berpengaruh (+)
<i>Product Price</i>	Tidak Berpengaruh (-)
<i>Product Design</i>	Berpengaruh (+)
<i>Payment Option</i>	Berpengaruh (+)

---

## Lampiran 2

### Kuesioner

Responden Yth,

Dalam rangka menyelesaikan penelitian untuk tugas akhir skripsi, Saya Handi Abdul Hadi dari Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, mengharapkan bantuan dan partisipasi saudara sekalian untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Motor Yamaha Nmax di Wilayah Bekasi".

Diharapkan saudara mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya. Segala informasi dan jawaban yang telah saudara berikan akan dijaga kerahasiaannya. Atas partisipasi saudara sekalian yang telah meluangkan waktunya dan mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih banyak.

Hormat Saya,

Handi Abdul Hadi

#### **Petunjuk pengisian:**

1. Lengkapilah identitas anda pada bagia awal kuesioner
2. Bacalah perlahan dan teliti setiap pertanyaan
3. Berilah tanda silang pada jawaban yang paling sesuai dengan diri anda
4. Pada pertanyaan di bawah ini, dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan/ kondisi yang sebenarnya.

#### **A. Identitas Responden**

Nama / Inisial	
Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Pria <input type="checkbox"/> Wanita

Usia	<input type="checkbox"/> 17-21 <input type="checkbox"/> 22-26 <input type="checkbox"/> 27-31 <input type="checkbox"/> 32-36 <input type="checkbox"/> 37-41 <input type="checkbox"/> >41
Pekerjaan	<input type="checkbox"/> Pegawai Swasta <input type="checkbox"/> PNS <input type="checkbox"/> Pedagang/Pengusaha <input type="checkbox"/> Lainnya
Saya sedang ingin membeli motor	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
Saya berdomisili di Kota Bekasi	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
Penghasilan	<input type="checkbox"/> < Rp 2.000.000 <input type="checkbox"/> Rp 2.000.000 – Rp 7.000.000 <input type="checkbox"/> Rp 8.000.000 – Rp 13.000.000 <input type="checkbox"/> >Rp 13.000.000

### **B. Penilaian tentang Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Motor Yamaha Di Wilayah Bekasi**

Petunjuk Pengisian:

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan kondisi saudara/saudari.

Berikut adalah skala yang digunakan untuk menjawab pertanyaan:

**1 = SS** : Sangat Setuju

**2 = S** : Setuju

**3 = N** : Netral

**4 = TS** : Tidak Setuju

**5 = STS** : Sangat Tidak Setuju

### Kualitas Produk (X1)

Salah satu fitur unik Yamaha adalah Y-Connect yang merupakan perangkat lunak yang dapat menghubungkan antara unit motor yamaha dengan smartphone melalui Communication Control Unit (CCU) berbasis bluetooth.

No	Pertanyaan	Alternatif jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Bentuk						
1	Yamaha Nmax memiliki body yang bagus	1	2	3	4	5
2	Posisi berkendara Yamaha Nmax terlihat sangat nyaman	1	2	3	4	5
Fitur						
3	Fitur yang ada pada Yamaha Nmax yaitu aplikasi Yconnect sangat canggih	1	2	3	4	5
4	Fitur dalam Yamaha Nmax membantu dalam penggunaan sehari-hari	1	2	3	4	5
Kualitas Kinerja						
5	Yamaha Nmax memiliki mesin dengan performa yang baik	1	2	3	4	5
6	Yamaha Nmax nyaman dipakai untuk berkendara jarak jauh maupun untuk kegiatan sehari-hari	1	2	3	4	5
Kualitas kesesuaian						
7	Fitur yang ada pada Yamana Nmax sudah bekerja dengan baik dan sesuai dengan ekspektasi pengguna	1	2	3	4	5

8	Performa Yamaha Nmax sesuai dengan yang ditawarkan atau dipromosikan	1	2	3	4	5
Daya tahan						
9	Komponen motor Yamaha Nmax tidak mudah rusak	1	2	3	4	5
10	Daya tahan Yamaha Nmax terbukti baik di segala medan jalanan	1	2	3	4	5
Keandalan						
11	Motor Yamaha Nmax jarang bermasalah atau malfungsi	1	2	3	4	5
12	Motor Yamaha Nmax dapat diandalkan untuk kegiatan sehari-hari	1	2	3	4	5
Gaya						
13	Desain eksterior motor Yamaha Nmax sangat menarik dan futuristik	1	2	3	4	5
14	Tampilan Livery/warna motor Yamaha Nmax sesuai selera	1	2	3	4	5
Kustomisasi						
15	Yamaha Nmax memiliki beberapa varian sesuai kebutuhan pelanggan	1	2	3	4	5
16	Yamaha Nmax menghadirkan berbagai fitur sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan	1	2	3	4	5

### Promosi (X2)

No	Pertanyaan	Alternatif jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Sales Promotion						
17	Yamaha memberikan diskon saat hari besar tertentu	1	2	3	4	5
18	Saya tertarik dengan Yamaha ketika ada diskon atau program DP (Down Payment) murah	1	2	3	4	5
Advertising						
19	Iklan Yamaha memberikan kita gambaran kalau motor Yamaha sangat bagus	1	2	3	4	5
20	Setelah melihat iklan yamaha saya menjadi ingin tahu lebih lanjut tentang produk yang diiklankan	1	2	3	4	5
Public Relation						
21	Informasi layanan pelanggan tentang promosi, diskon dan lainnya tersedia lengkap	1	2	3	4	5
22	Publisitas informasi tentang produk Yamaha Nmax di web internet, media sosial maupun media cetak membuat saya tertarik	1	2	3	4	5
Direct Marketing						
23	Hadirnya booth Yamaha di pameran otomotif maupun di mall besar menarik minat saya	1	2	3	4	5



24	Yamaha memberikan penawaran promo yang sangat menarik saat pameran otomotif	1	2	3	4	5
----	---	---	---	---	---	---

### Kualitas Pelayanan (X3)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Keandalan						
25	Dealer yamaha di kota Bekasi sudah memiliki standar pelayanan yang jelas	1	2	3	4	5
26	Pemanfaatan teknologi My Yamaha App untuk pelayanan pelanggan sudah maksimal	1	2	3	4	5
Daya Tanggap						
27	Pihak Yamaha sangat sigap dalam melayani	1	2	3	4	5
28	Pertanyaan dan keluhan pelanggan dijawab dengan cepat oleh Yamaha	1	2	3	4	5
Jaminan						
29	Pemberian informasi yang jelas tentang harga, spesifikasi, dealer dan lain-lain	1	2	3	4	5
30	Pelayanan yamaha terjamin mutu dan kualitasnya	1	2	3	4	5
Perhatian						

31	Pihak Yamaha tidak membeda-bedakan dalam melayani konsumennya	1	2	3	4	5
32	Pihak Yamaha selalu melayani dengan sopan	1	2	3	4	5
Bukti Langsung						
33	Pelayanan menjadi lebih mudah dengan adanya fitur <i>My Yamaha App</i>	1	2	3	4	5
34	Tersedianya informasi tentang layanan Yamaha pada aplikasi <i>My Yamaha App</i> menarik minat saya	1	2	3	4	5

### Minat Beli (Y)

No	Pertanyaan	Alternatif jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Minat Transaksional						
35	Saya tertarik membeli motor Yamaha Nmax dalam waktu dekat	1	2	3	4	5
36	Jika saya ingin membeli motor, saya akan memilih motor Yamaha Nmax	1	2	3	4	5
Minat Referensial						
37	Saya selalu membicarakan motor Yamaha Nmax ketika ada kerabat atau keluarga yang ingin membeli motor	1	2	3	4	5
38	Ketika ada teman atau keluarga yang ingin membeli motor, saya akan menyarankan Yamaha Nmax	1	2	3	4	5

Minat Preferensial						
39	Saya lebih tertarik dengan motor Yamaha Nmax dibanding Produk lain	1	2	3	4	5
40	Ketika ingin membeli motor, pikiran saya langsung tertuju pada motor Yamaha Nmax	1	2	3	4	5
Minat Eksploratif						
41	Saya mencari tahu tentang produk Yamaha baik itu spesifikasi, harga, dan aksesoris lainnya	1	2	3	4	5
42	Saya mencari tahu tentang perbandingan keunggulan motor Yamaha dibanding motor lainnya	1	2	3	4	5



Respon den 23	4	3	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Respon den 24	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
Respon den 25	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
Respon den 26	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
Respon den 27	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4
Respon den 28	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4
Respon den 29	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
Respon den 30	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	3	4
Respon den 31	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4
Respon den 32	4	2	3	4	4	2	2	4	4	3	4	3	3	4	2	2
Respon den 33	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
Respon den 34	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
Respon den 35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
Respon den 36	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
Respon den 37	4	4	3	5	5	3	2	4	3	2	4	4	5	4	3	3
Respon den 38	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4
Respon den 39	5	4	4	3	5	4	4	4	5	2	3	2	3	2	4	1
Respon den 40	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
Respon den 41	4	2	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	5	3	3
Respon den 42	4	3	3	4	5	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4
Respon den 43	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
Respon den 44	4	3	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4
Respon den 45	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
Respon den 46	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
Respon den 47	2	3	3	4	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Respon den 48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4

Respon den 49	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4
Respon den 50	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5
Respon den 51	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
Respon den 52	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
Respon den 53	4	3	3	4	5	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3
Respon den 54	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	3
Respon den 55	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
Respon den 56	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
Respon den 57	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	3	4	4	3
Respon den 58	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
Respon den 59	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
Respon den 60	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3
Respon den 61	4	3	3	4	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
Respon den 62	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4
Respon den 63	5	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5	3	4	5	3	4
Respon den 64	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4
Respon den 65	4	2	2	5	5	2	2	4	3	4	4	4	3	4	3	3
Respon den 66	3	2	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3
Respon den 67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Respon den 68	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
Respon den 69	4	3	3	4	4	3	3	5	3	3	4	3	3	4	3	3
Respon den 70	3	3	3	4	3	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5
Respon den 71	5	4	5	5	5	4	4	4	2	4	5	4	5	5	4	3
Respon den 72	2	3	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1
Respon den 73	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
Respon den 74	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5

Respon den 75	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	
Respon den 76	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	
Respon den 77	4	2	3	4	3	2	3	4	2	2	4	2	2	3	2	2	
Respon den 78	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	
Respon den 79	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	
Respon den 80	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	
Respon den 81	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	
Respon den 82	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	
Respon den 83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
Respon den 84	5	3	3	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	
Respon den 85	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	
Respon den 86	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	
Respon den 87	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
Respon den 88	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	
Respon den 89	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
Respon den 90	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4
Respon den 91	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	
Respon den 92	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	
Respon den 93	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
Respon den 94	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	
Respon den 95	5	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	
Respon den 96	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	

**b. Promosi (X2)**

Promosi	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
Resonden 1	5	4	4	5	4	4	5	4
Resonden 2	5	4	4	4	4	4	4	4
Resonden 3	4	4	4	4	4	4	5	5
Resonden 4	4	5	4	5	4	4	4	5
Resonden 5	4	5	4	5	5	4	4	4
Resonden 6	4	4	4	4	5	5	4	4
Resonden 7	5	5	5	4	4	4	5	4
Resonden 8	4	4	4	4	4	4	4	4
Resonden 9	4	4	4	4	4	4	4	4
Resonden 10	4	5	5	5	5	4	5	5
Resonden 11	4	5	5	4	4	5	5	4
Resonden 12	2	2	3	2	3	2	3	2
Resonden 13	5	5	4	5	4	4	4	5
Resonden 14	5	5	4	5	4	4	4	5
Resonden 15	4	4	4	4	4	4	4	4
Resonden 16	5	4	4	5	4	5	4	5
Resonden 17	5	5	5	5	5	5	5	5
Resonden 18	4	5	5	5	5	5	5	5
Resonden 19	5	4	4	4	4	4	4	4
Resonden 20	4	4	4	5	5	4	4	5
Resonden 21	4	4	4	4	5	4	4	4
Resonden 22	5	4	4	5	5	5	4	5
Resonden 23	5	5	4	5	4	5	4	5
Resonden 24	4	4	5	4	4	4	5	4
Resonden 25	4	5	5	5	4	5	5	5
Resonden 26	4	4	3	3	3	3	3	3
Resonden 27	5	4	4	4	4	5	4	4
Resonden 28	5	4	4	5	4	4	4	5
Resonden 29	4	5	5	4	5	5	5	4
Resonden 30	4	4	4	5	5	5	4	5
Resonden 31	4	4	5	4	5	4	5	4
Resonden 32	3	2	1	1	2	4	1	1
Resonden 33	4	4	4	4	4	4	4	4
Resonden 34	5	2	2	4	2	3	2	4
Resonden 35	4	2	2	3	2	4	2	3
Resonden 36	4	2	3	5	3	4	3	5
Resonden 37	4	3	3	4	3	4	3	4
Resonden 38	4	3	3	5	5	5	3	5
Resonden 39	4	4	4	4	4	4	4	4
Resonden 40	5	4	4	4	4	4	4	4



Resonden 41	2	5	3	3	2	2	3	3
Resonden 42	5	4	4	4	4	4	4	4
Resonden 43	5	5	5	5	4	4	5	5
Resonden 44	2	2	2	2	1	2	2	2
Resonden 45	5	3	5	5	5	5	5	5
Resonden 46	2	2	2	3	2	3	2	3
Resonden 47	2	2	2	4	4	5	2	4
Resonden 48	4	3	3	2	2	2	3	2
Resonden 49	3	3	2	3	2	3	2	3
Resonden 50	4	3	2	5	3	5	2	5
Resonden 51	4	4	5	5	4	4	5	5
Resonden 52	4	4	5	5	4	4	5	5
Resonden 53	3	3	3	4	3	4	3	4
Resonden 54	4	4	5	5	4	4	5	5
Resonden 55	3	3	2	2	2	2	2	2
Resonden 56	4	4	4	4	4	4	4	4
Resonden 57	4	4	4	4	4	5	4	4
Resonden 58	4	4	4	5	5	4	4	5
Resonden 59	4	4	5	5	4	4	5	5
Resonden 60	3	3	3	4	4	4	4	4
Resonden 61	2	2	2	4	2	4	2	4
Resonden 62	2	2	3	4	2	4	3	4
Resonden 63	4	4	3	2	3	3	3	2
Resonden 64	2	2	2	2	2	2	2	2
Resonden 65	4	4	5	5	2	2	5	5
Resonden 66	3	5	3	5	3	5	3	5
Resonden 67	5	5	4	4	3	3	4	4
Resonden 68	3	3	3	3	3	3	3	3
Resonden 69	4	4	4	5	5	4	4	5
Resonden 70	4	2	2	2	2	3	2	2
Resonden 71	3	3	4	4	4	4	4	4
Resonden 72	1	1	1	1	3	1	1	1
Resonden 73	4	4	5	5	4	4	5	5
Resonden 74	4	4	3	4	4	4	3	4
Resonden 75	5	4	4	5	5	5	4	5
Resonden 76	4	4	3	5	5	5	3	5
Resonden 77	4	4	4	4	4	4	4	4
Resonden 78	4	4	5	4	4	4	5	4
Resonden 79	4	4	3	5	5	4	3	5
Resonden 80	4	4	4	4	4	3	4	4
Resonden 81	5	4	4	4	4	5	4	4
Resonden 82	3	3	3	4	4	3	3	4
Resonden 83	3	4	3	4	3	3	3	4

Resonden 84	4	4	4	4	4	3	4	4
Resonden 85	3	4	3	3	3	3	3	3
Resonden 86	2	3	3	4	4	2	3	4
Resonden 87	3	3	3	4	5	3	3	4
Resonden 88	3	4	5	4	5	2	5	4
Resonden 89	4	4	3	4	5	4	3	4
Resonden 90	5	4	3	5	5	3	3	5
Resonden 91	4	5	4	5	5	5	4	5
Resonden 92	4	4	3	5	5	4	3	5
Resonden 93	4	4	4	4	4	4	5	4
Resonden 94	3	3	3	3	3	3	2	3
Resonden 95	2	2	2	3	4	3	2	3
Resonden 96	2	1	1	2	2	3	2	2

**c. Kualitas Pelayanan (X3)**

Kualitas Pelayanan	KL25	KL26	KL27	KL28	KL29	KL30	KL31	KL32	KL33	KL34
Responden 1	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5
Responden 2	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
Responden 3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4
Responden 5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
Responden 6	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5
Responden 7	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
Responden 8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 9	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
Responden 10	3	5	4	4	5	5	5	5	4	4
Responden 11	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
Responden 12	2	2	2	2	2	3	2	1	1	2
Responden 13	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
Responden 14	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
Responden 15	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 16	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5
Responden 17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 18	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
Responden 19	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
Responden 20	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5
Responden 21	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
Responden 22	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4
Responden 23	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5
Responden 24	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5
Responden 25	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4
Responden 26	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
Responden 27	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
Responden 28	3	5	5	5	4	4	5	4	4	5
Responden 29	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5
Responden 30	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4
Responden 31	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4
Responden 32	2	2	5	3	2	1	1	2	4	4
Responden 33	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
Responden 34	5	4	5	5	2	2	4	2	3	5
Responden 35	4	5	4	4	2	2	3	2	4	4
Responden 36	4	4	4	4	2	3	5	3	4	4
Responden 37	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
Responden 38	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5
Responden 39	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
Responden 40	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4

Responden 41	5	5	2	2	5	3	3	2	2	3
Responden 42	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
Responden 43	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5
Responden 44	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1
Responden 45	4	3	5	5	3	5	5	5	5	5
Responden 46	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3
Responden 47	3	1	4	2	2	2	4	4	5	5
Responden 48	4	4	5	4	3	3	2	2	2	2
Responden 49	4	5	3	3	3	2	3	2	3	3
Responden 50	4	5	5	4	3	2	5	3	5	5
Responden 51	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
Responden 52	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
Responden 53	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4
Responden 54	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
Responden 55	5	4	2	3	3	2	2	2	2	4
Responden 56	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
Responden 57	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
Responden 58	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
Responden 59	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
Responden 60	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4
Responden 61	4	3	2	2	2	2	4	2	4	4
Responden 62	2	2	3	2	2	3	4	2	4	2
Responden 63	4	5	3	4	4	3	2	3	3	2
Responden 64	4	5	2	2	2	2	2	2	2	2
Responden 65	4	5	3	4	4	5	5	2	2	2
Responden 66	5	3	2	3	5	3	5	3	5	4
Responden 67	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5
Responden 68	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2
Responden 69	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
Responden 70	4	5	3	4	2	2	2	2	3	3
Responden 71	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
Responden 72	3	2	3	2	2	2	1	1	1	1
Responden 73	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5
Responden 74	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
Responden 75	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4
Responden 76	4	5	5	4	4	3	5	5	5	3
Responden 77	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
Responden 78	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5
Responden 79	3	4	4	4	4	3	5	5	4	3
Responden 80	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
Responden 81	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4
Responden 82	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3
Responden 83	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3

Responden 84	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4
Responden 85	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
Responden 86	3	3	2	2	3	3	4	4	2	3
Responden 87	4	4	3	3	3	3	4	5	3	3
Responden 88	4	4	2	3	4	5	4	5	2	5
Responden 89	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3
Responden 90	3	4	3	5	4	3	5	5	3	3
Responden 91	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4
Responden 92	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3
Responden 93	5	4	4	5	4	5	3	4	3	2
Responden 94	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2
Responden 95	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2
Responden 96	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1

**d. Minat Beli (Y)**

Minat Beli	MB35	MB36	MB37	MB38	MB39	MB40	MB41	MB42
Responden 1	4	4	3	4	5	5	4	5
Responden 2	4	4	4	5	4	4	4	4
Responden 3	5	4	4	4	4	4	4	4
Responden 4	5	4	5	4	5	4	5	4
Responden 5	5	5	4	4	4	4	5	5
Responden 6	5	5	5	4	4	4	4	5
Responden 7	4	4	4	5	5	5	4	4
Responden 8	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 9	4	4	5	4	4	4	4	4
Responden 10	5	4	4	4	5	5	5	5
Responden 11	5	4	4	4	5	5	4	4
Responden 12	2	1	1	1	1	1	2	2
Responden 13	5	5	5	5	5	4	5	4
Responden 14	5	4	5	5	5	4	5	4
Responden 15	5	5	5	5	5	4	4	4
Responden 16	5	5	5	5	4	4	5	4
Responden 17	4	4	5	5	5	5	5	5
Responden 18	5	5	4	4	5	5	5	5
Responden 19	4	4	5	5	5	5	4	4
Responden 20	4	5	4	4	4	4	5	5
Responden 21	5	4	4	4	4	4	4	5
Responden 22	5	4	5	5	4	4	5	5
Responden 23	4	4	4	5	5	4	5	4
Responden 24	5	4	4	4	4	5	4	4
Responden 25	5	4	4	4	5	5	5	4
Responden 26	4	4	3	4	4	3	3	3
Responden 27	3	5	5	5	4	4	4	4
Responden 28	5	5	5	5	4	4	5	4
Responden 29	5	5	4	4	5	5	4	5
Responden 30	3	4	4	4	4	4	5	5
Responden 31	4	5	4	4	4	5	4	5
Responden 32	4	2	5	3	2	1	1	2
Responden 33	4	5	5	3	2	2	4	2
Responden 34	4	4	5	5	2	2	4	2
Responden 35	3	4	4	4	2	2	3	2
Responden 36	4	4	4	4	2	3	5	3
Responden 37	3	4	4	4	3	3	4	3
Responden 38	4	4	5	4	3	3	5	5
Responden 39	4	5	5	3	4	5	5	5
Responden 40	4	4	5	5	4	1	3	3

Responden 41	2	2	2	2	5	3	3	2
Responden 42	4	4	5	5	2	1	1	2
Responden 43	4	3	4	5	5	5	5	4
Responden 44	2	2	2	2	2	2	2	1
Responden 45	5	4	5	5	3	5	5	5
Responden 46	3	2	2	2	2	2	3	2
Responden 47	2	2	4	2	2	2	4	4
Responden 48	5	4	5	4	3	3	2	2
Responden 49	4	3	3	3	3	2	3	2
Responden 50	5	5	5	4	3	2	5	3
Responden 51	4	4	4	4	4	5	5	2
Responden 52	4	4	4	4	4	5	5	3
Responden 53	5	4	4	3	3	3	4	3
Responden 54	4	4	4	4	4	5	5	2
Responden 55	3	2	2	3	3	2	2	2
Responden 56	5	1	3	2	2	2	2	3
Responden 57	2	3	3	3	3	2	2	3
Responden 58	4	4	4	4	4	4	5	5
Responden 59	4	4	4	4	4	5	5	4
Responden 60	5	5	4	4	3	3	4	4
Responden 61	4	3	2	2	2	2	4	2
Responden 62	5	4	3	2	2	3	4	2
Responden 63	2	2	3	4	4	3	2	3
Responden 64	4	2	2	2	2	2	2	2
Responden 65	3	5	3	4	4	5	5	2
Responden 66	5	3	2	3	5	3	5	3
Responden 67	5	5	5	5	5	4	4	3
Responden 68	3	3	3	3	3	3	3	3
Responden 69	4	4	4	4	4	4	5	5
Responden 70	5	3	3	4	2	2	2	2
Responden 71	5	4	4	3	3	3	4	4
Responden 72	1	2	2	1	1	1	3	3
Responden 73	4	5	4	4	4	5	5	4
Responden 74	4	4	4	4	4	3	4	4
Responden 75	4	4	5	5	4	4	5	5
Responden 76	5	4	5	4	4	3	5	5
Responden 77	4	5	5	2	2	2	4	4
Responden 78	4	4	4	4	4	5	4	4
Responden 79	4	5	4	4	4	3	5	5
Responden 80	3	4	3	4	4	4	4	4
Responden 81	4	4	5	5	4	4	4	4
Responden 82	4	4	3	3	3	3	4	4
Responden 83	4	4	3	3	4	3	4	3

Responden 84	4	4	3	4	4	4	4	4
Responden 85	4	4	3	3	4	3	3	3
Responden 86	3	3	2	2	3	3	4	4
Responden 87	4	4	3	3	3	3	4	5
Responden 88	5	4	2	3	4	5	4	5
Responden 89	4	4	4	4	4	3	4	5
Responden 90	4	4	3	5	4	3	5	5
Responden 91	4	5	5	4	5	4	5	5
Responden 92	5	4	4	4	4	3	5	5
Responden 93	4	4	3	3	3	3	3	4
Responden 94	2	2	2	3	3	2	3	3
Responden 95	3	3	3	2	2	2	3	3
Responden 96	2	2	2	2	1	2	2	2



## Lampiran 4

### Deskripsi data Responden

Tabel 2. Data Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	77	80.2%
Wanita	19	19.8%
total	96	100.0%

Tabel 3. Data Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
17 - 21	15	15.6%
22 - 26	42	43.8%
27 - 31	13	13.5%
32 - 36	12	12.5%
37 - 41	8	8.3%
>41	6	6.3%
Total	96	100.0%

Sumber: *Data diolah*

Tabel 4. Data Pendapatan Responden

Pendapatan	Jumlah	Persentase
< Rp 2.000.000	20	20.8%
Rp 2.000.000 - Rp 7.000.000	45	46.9%
Rp 8.000.000 - Rp 13.000.000	23	24.0%
> Rp 13.000.000	8	8.3%
	96	100.0%

Sumber: *Data diolah*

Tabel 5. Data Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	24	25.0%
Karyawan Swasta	44	45.8%
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	10	10.4%
Wirausaha	5	5.2%
Lainnya	13	13.5%
	96	100.0%

Sumber: *Data diolah*

## Lampiran 5

## Deskripsi Data Penelitian

Tabel 6. Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk

	STS	TS	N	S	SS	jumlah	indeks
KP1	1	3	8	53	31	96	79.6
KP2	0	9	22	47	18	96	72.4
KP3	1	5	20	41	29	96	76
KP4	1	2	6	48	39	96	82
KP5	0	5	4	35	52	96	84.4
KP6	1	8	19	49	19	96	73
KP7	1	8	14	48	25	96	75.2
KP8	0	2	9	58	27	96	79.6
KP9	0	9	21	49	17	96	72.4
KP10	0	7	17	53	19	96	74.4
KP11	0	4	9	51	32	96	79.8
KP12	0	7	18	49	22	96	74.8
KP13	1	7	22	42	24	96	73.8
KP14	0	5	9	55	27	96	78.4
KP15	1	8	26	47	14	96	70.6
KP16	2	7	25	46	16	96	71
Nilai Rata-rata Indeks							1217.4
							76.0875

Sumber: *Data diolah*

Tabel 7. Hasil Jawaban Responden Variabel Promosi

	STS	TS	N	S	SS	jumlah	indeks
P17	1	11	14	49	21	96	73.2
P18	2	13	15	49	17	96	70.8
P19	3	12	25	37	19	96	69
P20	2	8	9	42	35	96	77.6
P21	1	14	14	43	24	96	72.6
P22	1	9	18	47	21	96	73.2
P23	2	14	23	35	22	96	69.8
P24	2	8	9	43	34	96	77.4
Nilai rata-rata indeks							583.6
							72.95

Sumber: *Data diolah*

Tabel 8. Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan

	STS	TS	N	S	SS	Jumlah	Indeks
--	-----	----	---	---	----	--------	--------

KL25	0	6	13	53	24	96	76.6
KL26	2	6	12	42	34	96	77.6
KL27	0	11	19	38	28	96	74.2
KL28	0	12	14	48	22	96	73.6
KL29	0	15	15	48	18	96	71.4
KL30	2	14	25	33	22	96	69.4
KL31	2	8	10	42	34	96	77.2
KL32	3	14	13	41	25	96	71.8
KL33	2	9	18	45	22	96	72.8
KL34	3	10	15	41	27	96	73.4
Nilai Rata-rata indeks						738	73.8

Sumber: *Data diolah*

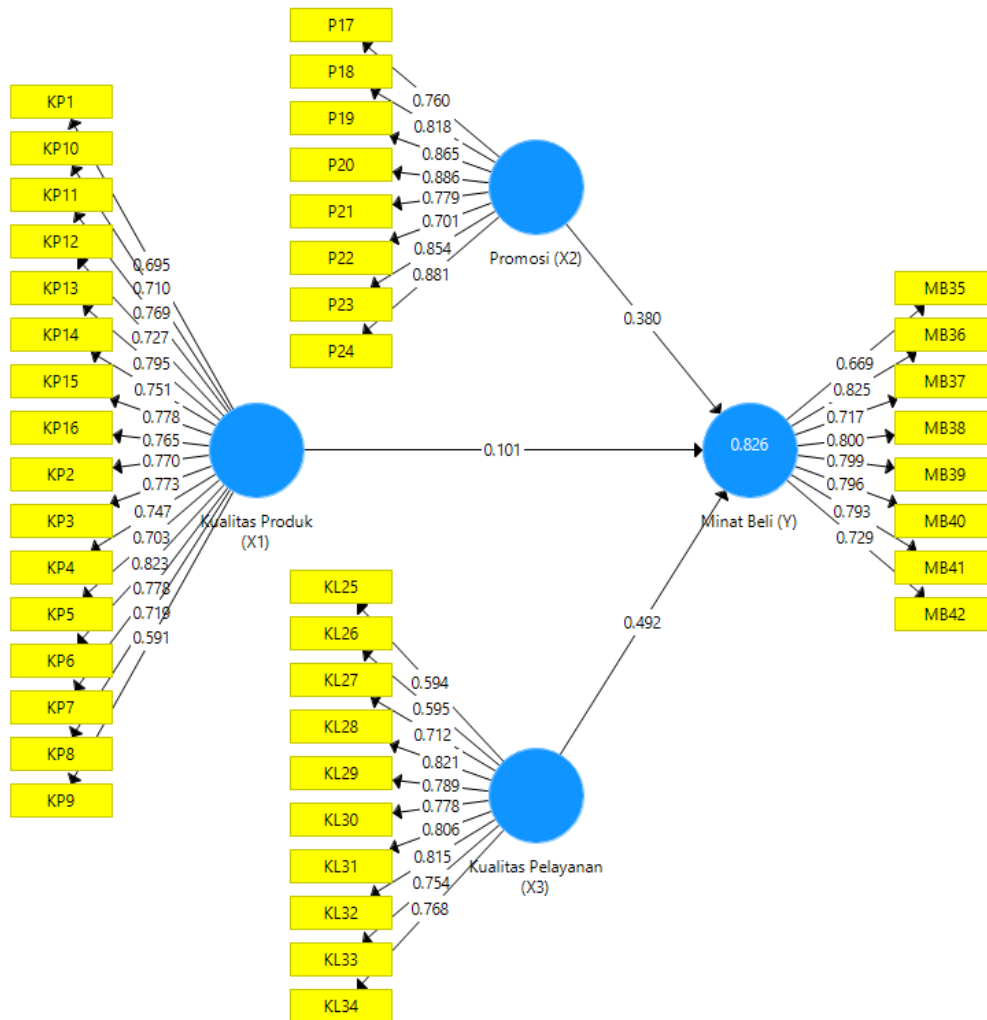
Tabel 9. Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Beli

	STS	TS	N	S	SS	Jumlah	Indeks
MB35	1	8	11	45	31	96	77
MB36	2	11	9	53	21	96	73.6
MB37	1	12	19	36	28	96	73.2
MB38	2	12	17	44	21	96	71.6
MB39	3	16	17	41	19	96	69
MB40	5	18	25	26	22	96	66
MB41	2	10	12	37	35	96	76.2
MB42	1	19	18	32	26	96	70.2
Nilai rata-rata indeks						576.8	72.1

Sumber: *Data diolah*

Lampiran 6

Hasil Model Penelitian



Sumber: *Output SmartPLS3.0*

## Lampiran 7

## Hasil Output Model SmartPLS

Tabel 10. Tabel Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted
Kualitas Produk (X1)	0,555
Promosi (X2)	0,673
Kualitas Pelayanan (X3)	0,559
Minat Beli (Y)	0,673

Sumber: *Output SmartPLS 3.0*Tabel 11. *Fornell-Lacker Criterion*

	Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas Produk (X1)	Minat Beli (Y)	Promosi (X2)
Kualitas Pelayanan (X3)	0,748			
Kualitas Produk (X1)		0,745		
Minat Beli (Y)			0,768	
Promosi (X2)				0.820

Sumber: *Output SmartPLS 3.0*

Tabel 12. Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kualitas Produk (X1)	0.947	0.952
Promosi (X2)	0.929	0.933
Kualitas Pelayanan (X3)	0.911	0.926
Minat Beli (Y)	0.900	0.902

Sumber: *Output SmartPLS 3.0*

Tabel 13. Uji R Square

	R Square	R Square Adjusted
Minat Beli (Y)	0.826	0.820

Sumber: *Output SmartPLS 3*

Tabel 14. Uji Q Square

	Q2 (=1-SSE/SSO)
Minat Beli	0,474

Sumber: *Output SmartPLS 3*

Tabel 15. Fit Model

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,105	0,105
NFI	0,368	0,368

Sumber: *Output SmartPLS 3*

Tabel 16. Uji t

	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Kualitas Produk (X1) -> Minat Beli (Y)	0.101	2.235	0.026
Promosi (X2) -> Minat Beli (Y)	0.380	2.975	0.003
Kualitas Pelayanan (X3) -> Minat Beli (Y)	0.492	3.598	0.000

Sumber: *Output SmartPLS 3*

**Lampiran 8**  
**T Tabel**

Pr df	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
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

## Lampiran 9

### Turnitin

1710111278_Handi Abdul Hadi_Pengecekan 2			
ORIGINALITY REPORT			
<b>24%</b>	<b>23%</b>	<b>9%</b>	<b>10%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
<b>1</b>	<b>repository.upnvj.ac.id</b> Internet Source		<b>1%</b>
<b>2</b>	<b>conference.upnvj.ac.id</b> Internet Source		<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Washoe County School District</b> Student Paper		<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>123dok.com</b> Internet Source		<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>Submitted to Universitas Putera Batam</b> Student Paper		<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Universitas Diponegoro</b> Student Paper		<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>repository.pelitabangsa.ac.id</b> Internet Source		<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>digilib.unila.ac.id</b> Internet Source		<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>docplayer.info</b> Internet Source		<b>&lt;1%</b>



10	<a href="http://eprints.undip.ac.id">eprints.undip.ac.id</a> Internet Source	<1 %
11	<a href="http://johannessimatupang.wordpress.com">johannessimatupang.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
12	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1 %
13	<a href="http://eprints.universitaspurabangsa.ac.id">eprints.universitaspurabangsa.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://www.flokloker.com">www.flokloker.com</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://eprints.kwikkiangie.ac.id">eprints.kwikkiangie.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
18	Submitted to IAIN Ponorogo Student Paper	<1 %
19	<a href="http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id">etd.iain-padangsidimpuan.ac.id</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://library.upnvj.ac.id">library.upnvj.ac.id</a> Internet Source	<1 %

22	<a href="https://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="https://eprints.perbanas.ac.id">eprints.perbanas.ac.id</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="https://ojs3.unpatti.ac.id">ojs3.unpatti.ac.id</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="https://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="https://e-journalfb.ukdw.ac.id">e-journalfb.ukdw.ac.id</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="https://repositori.uin-alauddin.ac.id">repositori.uin-alauddin.ac.id</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="https://gicipress.com">gicipress.com</a> Internet Source	<1 %
29	<a href="https://repository.inaba.ac.id">repository.inaba.ac.id</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="https://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
31	<a href="https://repository.ubharajaya.ac.id">repository.ubharajaya.ac.id</a> Internet Source	<1 %
32	<a href="https://www.tribunnews.com">www.tribunnews.com</a> Internet Source	<1 %
33	<a href="https://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Internet Source	<1 %

34	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	<1 %
35	otorider.com Internet Source	<1 %
36	Rafi Dimas Azhari, Mohammad Frisky Fachry. "Pengaruh Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian", Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara, 2020 Publication	<1 %
37	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
38	moam.info Internet Source	<1 %
39	Muhammad Rizal Nur Irawan. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. SATRIA NUSANTARA JAYA", Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, 2020 Publication	<1 %
40	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<1 %
41	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	<1 %
42	jscd.ipmi.ac.id Internet Source	<1 %

43	<a href="http://repository.ukrida.ac.id">repository.ukrida.ac.id</a> Internet Source	<1 %
44	<a href="http://repository.unika.ac.id">repository.unika.ac.id</a> Internet Source	<1 %
45	Submitted to Universitas Jember Student Paper	<1 %
46	<a href="http://jurnal.unimus.ac.id">jurnal.unimus.ac.id</a> Internet Source	<1 %
47	<a href="http://repository.stei.ac.id">repository.stei.ac.id</a> Internet Source	<1 %
48	<a href="http://repository.usd.ac.id">repository.usd.ac.id</a> Internet Source	<1 %
49	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
50	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet Source	<1 %
51	<a href="http://repository.uinsu.ac.id">repository.uinsu.ac.id</a> Internet Source	<1 %
52	Astri Ayu Purwati, Yusrizal Yusrizal, Indah Cipta Ramadhani. "Pengaruh Life Style, Kualitas Produk dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2019 Publication	<1 %

53	Moh. Farid Atho'illah Fahrur Rozi, Sukaris Sukaris. "pengaruh kualitas produk, harga dan nkuualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen", Jurnal Mahasiswa Manajemen, 2020 Publication	<1 %
54	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
55	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
56	Iranita Iranita. "Analisis Pengaruh Brand Equity Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Dan Word Of Mouth (Studi Kasus Batik Gonggong Tanjungpinang)", Bahtera Inovasi, 2019 Publication	<1 %
57	ejournal.unira.ac.id Internet Source	<1 %
58	id.scribd.com Internet Source	<1 %
59	repository.uhn.ac.id Internet Source	<1 %
60	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
61	repository.upstegal.ac.id Internet Source	<1 %

62	Submitted to Binus University International Student Paper	<1 %
63	Submitted to Universitas Bunda Mulia Student Paper	<1 %
64	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
65	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
66	konsultasiskripsi.com Internet Source	<1 %
67	media.neliti.com Internet Source	<1 %
68	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
69	Submitted to IAIN Kudus Student Paper	<1 %
70	cariebooks.com Internet Source	<1 %
71	core.ac.uk Internet Source	<1 %
72	journals.upi-yai.ac.id Internet Source	<1 %
73	otomotif.tempo.co Internet Source	<1 %

74	<a href="http://pplactivity53.blogspot.com">pplactivity53.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
75	<a href="http://repo.itera.ac.id">repo.itera.ac.id</a> Internet Source	<1 %
76	<a href="http://repository.iainkudus.ac.id">repository.iainkudus.ac.id</a> Internet Source	<1 %
77	<a href="http://repository.trisakti.ac.id">repository.trisakti.ac.id</a> Internet Source	<1 %
78	<a href="http://repository.unwim.ac.id">repository.unwim.ac.id</a> Internet Source	<1 %
79	Submitted to Christian University of Maranatha Student Paper	<1 %
80	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
81	Momon Momon, Widarto Rachbini, Amilin Amilin. "FAKTOR PENENTU KUALITAS AUDIT DI KANTOR AKUNTAN PUBLIK DKI JAKARTA", JURNAL AKUNTANSI, 2020 Publication	<1 %
82	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
83	Winda Winda, Firmansyah Kusumayadi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN	<1 %

TERHADAP MINAT BELI PADA MASA  
PANDEMIK COVID-19 DI KANTIN YUANK KOTA  
BIMA", Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara, 2021  
Publication

84	eprints.umk.ac.id Internet Source	<1 %
85	Submitted to Bellevue Public School Student Paper	<1 %
86	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1 %
87	Herawati Herawati, Evinovita Evinovita, Sukarna Sukarna. "Pengaruh Promosi dan Religiuitas terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah:", El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2020 Publication	<1 %
88	Submitted to Seoul Venture University Student Paper	<1 %
89	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	<1 %
90	Zahra Noor Eriza. "Peran Mediasi Citra Merek dan Persepsi Risiko pada Hubungan antara Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Minat Beli (Studi pada Konsumen Kosmetik E- Commerce di Solo Raya)", Komuniti : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi, 2017	<1 %



---

91	<a href="http://banjarmasin.tribunnews.com">banjarmasin.tribunnews.com</a> Internet Source	<1 %
92	<a href="http://cdn.repository.uisi.ac.id">cdn.repository.uisi.ac.id</a> Internet Source	<1 %
93	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<1 %
94	<a href="http://jurnalmadani.org">jurnalmadani.org</a> Internet Source	<1 %
95	<a href="http://turcomat.org">turcomat.org</a> Internet Source	<1 %
96	<a href="http://www.dpu.ac.th">www.dpu.ac.th</a> Internet Source	<1 %
97	<a href="http://www.ojs.unr.ac.id">www.ojs.unr.ac.id</a> Internet Source	<1 %
98	Dadan Ramdhani, Zahra Alya Tamima, Yanti Yanti, Bahtiar Effendi. "Pengaruh Sikap Wajib Pajak Pada Sistem Pajak dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Adopsi Sistem Pajak Elektronik Sebagai Variabel Mediasi Pada KPP Pratama Cilegon", <i>STATERA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan</i> , 2022 Publication	<1 %

---

99	Indah Fransiska, Putu Nina Madiawati. Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB), 2022 Publication	<1 %
100	Wenny Amelina, Acep Samsudin, Asep M. Ramdan. "Minat Beli Ulang Berdasarkan Customer Experience dan Customer Satisfaction", BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting, 2020 Publication	<1 %
101	adoc.pub Internet Source	<1 %
102	anzdoc.com Internet Source	<1 %
103	bajangjournal.com Internet Source	<1 %
104	blog.skb.ovh Internet Source	<1 %
105	ilmukepolisian.com Internet Source	<1 %
106	journal.unpar.ac.id Internet Source	<1 %
107	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
108	repository.itbwigalumajang.ac.id Internet Source	<1 %

109	20.detik.com Internet Source	<1 %
110	Adilla Juita Siska. "Analisa Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Xiaomi (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE HAS Bukittinggi)", JUSIE (Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi), 2020 Publication	<1 %
111	Annisa Murfadila, Hendri Tanjung, Gunawan Ikhtiono. "Pengaruh Promosi, Kehalalan Produk dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Pengguna E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor ", El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2021 Publication	<1 %
112	Dspace.Uii.Ac.Id Internet Source	<1 %
113	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	<1 %
114	aip.scitation.org Internet Source	<1 %
115	bukudaring.com Internet Source	<1 %
116	docobook.com Internet Source	

		<1 %
117	<a href="http://faridsukses.blogspot.com">faridsukses.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
118	<a href="http://journal.uinjkt.ac.id">journal.uinjkt.ac.id</a> Internet Source	<1 %
119	<a href="http://repositori.unsil.ac.id">repositori.unsil.ac.id</a> Internet Source	<1 %
120	<a href="http://repository.petra.ac.id">repository.petra.ac.id</a> Internet Source	<1 %
121	<a href="http://repository.stie-aub.ac.id">repository.stie-aub.ac.id</a> Internet Source	<1 %
122	<a href="http://repository.unwidha.ac.id">repository.unwidha.ac.id</a> Internet Source	<1 %
123	<a href="http://sioc-journal.cn">sioc-journal.cn</a> Internet Source	<1 %
124	<a href="http://tekpoin.com">tekpoin.com</a> Internet Source	<1 %
125	<a href="http://thejournalish.com">thejournalish.com</a> Internet Source	<1 %
126	Submitted to Udayana University Student Paper	<1 %
127	<a href="http://dekajus.blogspot.com">dekajus.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %

128	<a href="http://digilib.uinsgd.ac.id">digilib.uinsgd.ac.id</a> Internet Source	<1 %
129	<a href="http://ejurnal.stieipwija.ac.id">ejurnal.stieipwija.ac.id</a> Internet Source	<1 %
130	<a href="http://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a> Internet Source	<1 %
131	<a href="http://gerbangloker.blogspot.com">gerbangloker.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
132	<a href="http://lib.ui.ac.id">lib.ui.ac.id</a> Internet Source	<1 %
133	<a href="http://mafiadoc.com">mafiadoc.com</a> Internet Source	<1 %
134	<a href="http://patipaklo.blogspot.com">patipaklo.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
135	<a href="http://repo.iain-tulungagung.ac.id">repo.iain-tulungagung.ac.id</a> Internet Source	<1 %
136	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	<1 %
137	<a href="http://repository.umsu.ac.id">repository.umsu.ac.id</a> Internet Source	<1 %
138	<a href="http://repository.unsur.ac.id">repository.unsur.ac.id</a> Internet Source	<1 %
139	<a href="http://riset.unisma.ac.id">riset.unisma.ac.id</a> Internet Source	<1 %

140	tr.scribd.com Internet Source	<1 %
141	tunailmu.blogspot.com Internet Source	<1 %
142	www.antaranews.com Internet Source	<1 %
143	www.readbag.com Internet Source	<1 %
144	Arif Fakhruhin. "The Effect Quality of Service Consumer's for Purchasing Interest on Citilink Airlines at Halim Perdanakusuma International Airport Jakarta", Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis, 2020 Publication	<1 %
145	Lie Styono Rudyanto, Rr. Lulus Prapti N.S.S., Dian Triyani. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WELLBLUE ALKALINE WATER PITCHER", Solusi, 2020 Publication	<1 %
146	Rian Indranopa, Agus Hermanto. "Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Distro-Distro di Mataram)", Target : Jurnal Manajemen Bisnis, 2020 Publication	<1 %

147	Ameliawati Rahmadini, Asep Muslihat. "Pengaruh Online Customer Review dan E-service Quality terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada di Media Sosial Facebook", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2022 Publication	<1%
148	Nurfitriyenni Nurfitriyenni. "Analisis Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Distro Black Id Kota Bukittinggi", JUSIE (Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi), 2019 Publication	<1%
149	lib.ibs.ac.id Internet Source	<1%
150	Dspace.uui.ac.id Internet Source	<1%

Exclude quotes  On  
Exclude bibliography  On

Exclude matches  Off

Pengelola Turnitin



Maidatun Maftukha, S.E.