

===== SKRIPSI =====  
**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PRODUK, DAN *PERCEIVED VALUE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI  
(studi pada penggemar ikan cupang di Surabaya)**



**Di Ajukan Oleh :**  
**Fawwas Rahmatullah**  
**NBI : 1211700008**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2021**

**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**

---

Nama : FAWWAS RAHMATULLAH

NIM : 1211700008

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (studi pada penggemar ikan cupang di Surabaya)

Dapat diajukan dalam sidang skripsi. Demikian surat ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya,

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing,



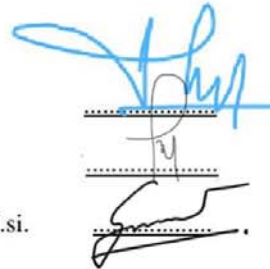
(Dr. Ida Bagus Cempena, MM)

**LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI**

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan telah dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal .....

**TIM PENGUJI :**

- 1. Ketua :.Dr. Abdul Halik, MM.
- 2. Anggota : Dr. Ida Bagus Cempena, MM.
- 3. Anggota : Drs. Kridho Hery Gunawan, M.si.



Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,

**(Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.)**

## SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

---

---

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : Fawwas Rahmatullah (L)
2. NBI : 1211700008
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. Alamat : Tambaksari Selatan 6/1

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

**“Pengaruh Persepsi Harga, Produk, dan *Perceived Value* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (studi pada penggemar ikan cupang di Surabaya)”**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulisan ilmiah orang lain baik berupa Artikel maupun Skripsi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, . . . . . 2021  
Yang Membuat Pernyataan,

**(Fawwas Rahmatullah)**



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl.Semolowaru 45 Surabaya  
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)  
Email: perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fawwas Rahmatullah  
NBI : 1211700008  
Fakultas : Ekonomi Bisnis  
Program Studi : manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

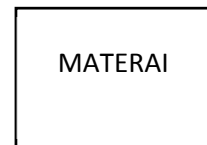
**“PENGARUH PERSEPSI HARGA, PRODUK, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI (studi pada penggemar ikan cupang di Surabaya)”**.

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal :

Yang Menyatakan



(Fawwas Rahmatullah)

**ABSTRAK**  
**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PRODUK, DAN *PERCEIVED VALUE***  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI**  
**(studi pada penggemar ikan cupang di Surabaya)**

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh persepsi harga, produk dan *perceived value* terhadap keputusan pembelian melalui minat beli ikan cupang di Surabaya. Jenis penelitian ini merupakan kuantitatif deskriptif, ukuran sample sebanyak 100 yang dapat mewakili populasi yang ditentukan dengan menggunakan metode lemeshow. Pada penelitian ini variabel bebas terdiri dari persepsi harga, produk dan *perceived value* sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian dan minat beli sebagai variabel intervening .

Pengujian kuesioner menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan analisis data menggunakan analisis jalur, uji t, uji sobel, uji F, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap minat beli, Produk berpengaruh terhadap minat beli,. *Perceived value* berpengaruh terhadap minat beli, Persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Perceived value* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Minat beli berpengaruh terhadap Keputusan pembelian, minat beli mampu memediasi produk dan *perceived value* tetapi tidak dengan persepsi harga.

**Kata kunci :** Persepsi Harga, Produk, *Perceived Value*, Minat Beli, Keputusan Pembelian.

**ABSTRACT**  
**IMPACT OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT, AND PERCEIVED**  
**VALUE ON PURCHASE DECISIONS THROUGH PURCHASE**  
**INTENTION**  
**(study case on betta fish Surabaya enthusiast)**

This study aims to impact the price perception, product, and perceived value on the purchase decision Through the purchase intention in Betta Fish Surabaya. The type of this study is quantitative descriptive, a sample size of 100 that can represent the population is determined by using the lemeshow A method. In this study, the independent variable price perception, product, and perceived value. While the dependent variables are purchased decisions and purchase intention as an intervening variable.

Testing instruments using validity and reliability tests. While the data analysis method uses path Analyzing with t test, sobel test, F test and  $r^2$ . The result of this study is the price perception (X1) gives A negative impact on the purchase intention (Z). The product (X2) gives positive impact on the purchase intention (Z). The perceived value (X3) gives positive impact on the purchase intention (Z). The price perception (X1) gives positive impact on the purchase decision (Y). The product (X2) has negative impact on the purchase decision (Y). The perceived value (X3) gives negative impact on the purchase decision. The purchase intention gives positive impact on the purchase decision (Y). Purchase intention is able to mediate product and perceived value but not price perception.

**Keywords:** Perceived Price, Product, Perceived Value, Purchase Interest, Purchase Decision.

## RINGKASAN

Judul skripsi “Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (studi pada penggemar ikan cupang di Surabaya) ”. Tujuan penelitian dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membuktikan Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli ikan cupang di Surabaya.

Teknik pengumpulan data dengan menyebar kuesioner kepada 100 sampel yang telah dihitung berdasarkan rumus Lemeshow. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data diolah dengan Uji path Analys, Uji t, Uji Sobel, Uji F, dan Uji  $r^2$ . Sedangkan uji asumsi klasik yang digunakan antara lain uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

Pada hasil penelitian ditemukan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap minat beli dengan nilai *Standardized coefficient* sebesar -0,167, Nilai t sebesar  $-1,521 < 1,985$ , dan nilai signifikansi sebesar  $0,132 > 0,05$ . Produk berpengaruh terhadap minat beli dengan *Standardized coefficient* sebesar 0,356, Nilai t sebesar  $4,106 > 1,985$ , dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . *Perceived value* berpengaruh terhadap minat beli dengan *Standardized coefficient* sebesar 0,772, Nilai t sebesar  $7,106 > 1,985$ , dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan *Standardized coefficient* sebesar 0,329, Nilai t sebesar  $3,771 > 1,985$ , dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Standardized coefficient* sebesar 0,133, Nilai t sebesar  $1,797 < 1,985$ , dan nilai signifikansi sebesar  $0,076 > 0,05$ . *Perceived value* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Standardized coefficient* sebesar -0,110, Nilai t sebesar  $-1,067 < 1,985$ , dan nilai signifikansi sebesar  $0,289 > 0,05$ . Minat beli berpengaruh terhadap Keputusan pembelian *Standardized coefficient* sebesar 0,646, Nilai t sebesar  $8,060 < 1,985$ , dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 > 0,05$ . Minat beli mampu memediasi produk dan *Perceived value* tetapi tidak dengan persepsi harga.



## KATA PENGANTAR

Saya panjatkan Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Produk, dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (studi pada penggemar ikan cupang di Surabaya) “ yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis Menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat terwujud. Oleh karena itu melalui kesempatan ini penulis ingin secara khusus menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ida Bagus Cempena, MM. selaku Dosen pembimbing yang telah begitu baik meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingannya, masukan dan kritik yang sangat berharga, dengan penuh perhatian dan kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Dr. Abdul Halik, MM. Selaku Dosen Penguji, yang telah meluangkan waktunya untuk menguji Saya pada Sidang Skripsi dan telah mengkritik dan memberikan masukan terhadap Skripsi Saya.
3. Bapak Drs. Kridho Hery Gunawan, M.si selaku dosen penguji, yang telah meluangkan waktunya untuk menguji Saya pada Sidang Skripsi dan telah mengkritik dan memberikan masukan terhadap Skripsi Saya.
4. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI Selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Ibu Dr. Ulfi Pristiana, M.S. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membagikan ilmunya dan membantu penulis.

8. Seluruh responden penggemar ikan cupang surabaya, yang telah membantu penulis dengan mengisi kuesioner guna melengkapi data yang penulis butuhkan.
9. Bapak yang telah mensupport saya dan membiayai perkuliahan saya.
10. Alm. Ibu saya yang selalu mendukung saya untuk terus belajar dan melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi sebelum beliau tiada.
11. Kakak yang telah mendukung saya dan meminjami saya printer.
12. Calon istri saya Putri Indahsari S.Ak yang telah mendukung, menemani, dan mengganggu saya dalam pengerjaan skripsi.
13. Sahabat saya Gusti Olivia R.H. SE yang telah membantu saya dalam penulisan skripsi.
14. Teman – teman saya Reza Christianto, Risky Suwandi P, Fredy Pratama H yang telah membantu dan tidak membantu saya dalam penulisan skripsi.
15. Teman-teman fakultas manajemen angkatan 2017 yang telah mensupport saya hingga penulisan skripsi selesai.
16. Kopi Nescafe dan Kopi Luwak yang telah menemani saya dalam pengerjaan skripsi hingga selesai.
17. Toshiba yang telah membuat laptop tahan banting yang dapat standby hingga 24 jam nonstop.
18. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penelitian skripsi ini, karena itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran dari berbagai pihak. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya, ..... 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK .....	vi
RINGKASAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	9
2.1. Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1. Pemasaran.....	9
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3. Konsep Pemasaran .....	10
2.1.4. Perilaku Konsumen .....	12
2.1.5. Bauran Pemasaran .....	15
2.1.6. Produk .....	17
2.1.7. Persepsi Harga.....	19
2.1.8. <i>Perceived value</i> .....	21
2.1.9. Minat Beli.....	23
2.1.10. Keputusan Pembelian.....	26
2.2. Penelitian Terdahulu.....	31
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	34
2.3.1. Hubungan Persepsi Harga dengan Minat Beli.....	34
2.3.2. Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	34
2.3.3. Hubungan Produk dengan Minat Beli .....	35

2.3.4.	Hubungan Produk dengan Keputusan Pembelian .....	36
2.3.5.	Hubungan <i>Perceived value</i> dengan Minat Beli .....	36
2.3.6.	Hubungan <i>Perceived value</i> dengan Keputusan Pembelian .....	37
2.3.7.	Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian.....	37
2.4.	Kerangka Konseptual .....	38
2.5.	Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1.	Desain Penelitian.....	41
3.2.	Tempat dan Waktu Penelitian .....	41
3.3.	Jenis dan Sumber Data .....	41
3.3.1.	Jenis Data .....	41
3.3.2.	Sumber Data.....	42
3.4.	Populasi dan Sampel .....	42
3.4.1.	Populasi .....	42
3.4.2.	Sampel.....	43
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.6.	Definisi Variabel dan Definisi Operasional .....	44
3.6.1.	Definisi Variabel .....	44
3.6.2.	Definisi Operasional.....	46
3.7.	Proses Pengolahan Data .....	47
3.8.	Metode Analisa Data.....	48
3.8.1.	Uji Validitas .....	48
3.8.2.	Uji Reliabilitas.....	49
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik .....	49
3.9.	Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data .....	51
3.9.1.	Analisis Jalur (Path Analysis) .....	51
3.9.2.	Uji Regresi Secara Parsial (Uji t) .....	52
3.9.3.	Uji mediasi ( Sobel Test).....	52
3.9.4.	Uji kelayakan model (Uji F).....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		55
4.1.	Gambaran Umum Penggemar Ikan Cupang.....	55
4.2.	Deskripsi Hasil Penelitian .....	56
4.2.1.	Karakteristik Responden .....	56
4.2.2.	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian .....	60
4.3.	Uji Instrumen.....	69

4.3.1.	Uji Validitas .....	69
4.3.2.	Uji Reliabilitas.....	72
4.4.	Analisis Data .....	72
4.4.1.	Uji Asumsi Klasik .....	72
4.5.	Pengujian Hipotesis .....	78
4.5.1.	Analisis Jalur (Path Analysis) .....	78
4.5.2.	Uji Parsial (Uji T).....	83
4.5.3.	Uji Mediasi (Uji Sobel).....	87
4.5.4.	Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	89
4.5.5.	Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....	90
4.6.	Pembahasan Hasil Temuan Penelitian.....	91
4.6.1.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.....	91
4.6.2.	Pengaruh Produk Terhadap Minat Beli .....	92
4.6.3.	Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Minat Beli .....	93
4.6.4.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	93
4.6.5.	Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	94
4.6.6.	Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	95
4.6.7.	Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	96
4.6.8.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli.....	97
4.6.9.	Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli .....	97
4.6.10.	Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli.....	98
4.7.	Implikasi Penelitian.....	98
4.8.	Keterbatasan Penelitian .....	100
BAB V PENUTUP .....		103
5.1.	Kesimpulan.....	103
5.2.	Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA .....		107
LAMPIRAN.....		110

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data pencarian "Ikan Cupang" di Google Menurut Subwilayah.....	2
Tabel 4.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pendidikan Terakhir ....	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan.....	59
Tabel 4.6 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga (X1) .....	60
Tabel 4.7 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Produk (X2).....	62
Tabel 4.8 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel <i>perceived Value</i> (X3) .....	64
Tabel 4.9 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Z) .....	65
Tabel 4.10 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	67
Tabel 4.11 Uji Validitas .....	69
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas .....	72
Tabel 4.13 Hasil Model Regresi 1 Uji Multikolinearitas .....	73
Tabel 4.14 Hasil Model Regresi 2 Uji Multikolinearitas .....	74
Tabel 4.15 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov model Regresi 1 & 2.....	77
Tabel 4.16 Hasil Regresi Berganda Model Persamaan 1 .....	78
Tabel 4.17 Hasil Regresi Berganda Model Persamaan 2 .....	79
Tabel 4.18 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung Antar Variabel.....	81
Tabel 4.19 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel.	82
Tabel 4.20 Hasil Uji Parsial (Uji t) model persamaan 1 .....	84
Tabel 4.21 Hasil Uji Parsial (Uji t) model persamaan 2 .....	85
Tabel 4.22 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F) model persamaan 1.....	89
Tabel 4.23 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F) model persamaan 2.....	89
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) model 1 .....	90
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) model 2 .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. grafik google tren ikan cupang 2021 .....	2
Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen .....	14
Gambar 2.2. Tahap Keputusan Pembelian .....	27
Gambar 2.3. Kerangka Konseptual .....	38
Gambar 4.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Regresi 1 .....	75
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Regresi 2 .....	75
Gambar 4.3. Hasil Uji Normalitas P-Plot Model Regresi 1 .....	76
Gambar 4.4. Hasil Uji Normalitas P-Plot Model Regresi 2 .....	77
Gambar 4.5. Uji Path Analysis.....	80
Gambar 4.6. Hasil Uji Sobel X1 Terhadap Y Melalui Z.....	83
Gambar 4.7. Hasil Uji Sobel X2 Terhadap Y Melalui Z.....	87
Gambar 4.8. Hasil Uji Sobel X3 Terhadap Y Melalui Z.....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	110
Lampiran 2. Profil Responden .....	116
Lampiran 3. Deskripsi Temuan Persepsi Harga (X1) .....	122
Lampiran 4. Deskripsi Temuan Produk (X2).....	122
Lampiran 5. Deskripsi Temuan <i>Perceived Value</i> (X3) .....	123
Lampiran 6. Deskripsi Temuan Minat Beli (Z).....	123
Lampiran 7. Deskripsi Temuan Keputusan Pembelian (Y) .....	124
Lampiran 8. Rekapitan Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga (X1).....	125
Lampiran 9. Rekapitan Jawaban Responden Variabel Produk (X2) .....	128
Lampiran 10. Rekapitan Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Value</i> (X3) ..	131
Lampiran 11. Rekapitan Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Z).....	135
Lampiran 12. Rekapitan Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	138
Lampiran 13. Uji Validitas & Reliabilitas .....	141
Lampiran 14. Uji Asumsi Klasik .....	149
Lampiran 15. Pengujian Hipotesis .....	152
Lampiran 16. Uji Sobel .....	153
Lampiran 16. Surat Izin Fakultas .....	155
Lampiran 17. Surat Rekomendasi Penelitian Bakesbangpol Surabaya .....	156
Lampiran 18 Kartu Bimbingan .....	157
Lampiran 19 Hasil Cek Plagiasi.....	158