

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Responden Berdasarkan Gender

Gender	Jumlah	Presentase (%)
Laki-Laki	57	57%
Perempuan	43	34%
Jumlah	100	100%

LAMPIRAN 2

Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase (%)
17–20 Tahun	11	11%
21-25 Tahun	86	86%
25> Tahun	3	3%
Jumlah	100	100%

LAMPIRAN 3

Responden Berdasarkan Prodi

Prodi	Jumlah	Presentase
Manajemen	60	60%
Akuntansi	20	20%
Ekonomi Pembangunan	20	20%
Jumlah	100	100%

Sumber : Lampiran 3

LAMPIRAN 4

Responden Aktif Menggunakan Media Sosial

Media Sosial	Jumlah	Presentase
Tik-Tok	26	26%
Instagram	58	58%
Facebook	11	11%
Twiter	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber : Lampiran 4

LAMPIRAN 5

Hasil Uji Validitas

No Butir Instrumen	Person Correlation r Hitung	r Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
1	0,430	0,196	0,00	VALID
2	0,429	0,196	0,00	VALID
3	0,451	0,196	0,00	VALID
4	0,391	0,196	0,00	VALID
5	0,337	0,196	0,01	VALID
6	0,390	0,196	0,00	VALID

7	0,416	0,196	0,00	VALID
8	0,345	0,196	0,00	VALID
9	0,367	0,196	0,00	VALID
10	0,451	0,196	0,00	VALID
11	0,396	0,196	0,00	VALID
12	0,406	0,196	0,00	VALID
13	0,415	0,196	0,00	VALID
14	0,375	0,196	0,00	VALID
15	0,476	0,196	0,00	VALID
16	0,373	0,196	0,00	VALID
17	0,405	0,196	0,00	VALID
18	0,389	0,196	0,00	VALID
19	0,429	0,196	0,00	VALID
20	0,418	0,196	0,00	VALID
21	0,413	0,196	0,00	VALID

22	0,449	0,196	0,00	VALID
23	0,415	0,196	0,00	VALID
24	0,477	0,196	0,00	VALID
25	0,375	0,196	0,00	VALID
26	0,420	0,196	0,00	VALID
27	0,405	0,196	0,00	VALID
28	0,361	0,196	0,00	VALID
29	0,402	0,196	0,00	VALID
30	0,439	0,196	0,00	VALID
31	0,405	0,196	0,00	VALID
32	0,352	0,196	0,00	VALID
33	0,464	0,196	0,00	VALID
34	0,392	0,196	0,00	VALID
35	0,393	0,196	0,00	VALID
36	0,331	0,196	0,01	VALID

37	0,430	0,196	0,00	VALID
38	0,360	0,196	0,00	VALID
39	0,380	0,196	0,00	VALID

Sumber : Lampiran 5

LAMPIRAN 6

Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Angka Perbandingan	Keterangan
Digital Marketing(X1)	0,603	0,600	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,734	0,600	Reliabel
Store Atmosphere (X3)	0,665	0,600	Reliabel
Keputusan Pembelian(Y)	0,666	0,600	Reliabel

Sumber : Lampiran 6

LAMPIRAN 7

Tabulasi Data Variabel Digital Marketing (X1)

Variabel Digital Marketing (X1)											
No.	Pertanyaan									Total	RataRata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
1	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
2	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
3	5	4	3	4	3	5	4	3	4	35	3,89
4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	39	4,33
6	5	4	3	4	5	4	5	4	5	39	4,33
7	5	4	3	4	5	4	5	4	3	37	4,11

8	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
9	5	4	5	4	3	4	5	4	3	37	4,11
10	5	4	3	5	4	3	4	5	4	37	4,11
11	5	4	3	4	5	4	3	4	3	35	3,89
12	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
13	5	4	3	4	5	4	5	4	5	39	4,33
14	5	4	3	4	3	5	4	5	3	36	4,00
15	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
16	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
17	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
18	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
19	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
20	4	3	5	4	3	4	5	4	3	35	3,89
21	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
22	5	4	3	4	3	4	5	4	3	35	3,89

23	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
24	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
25	5	4	3	4	5	4	5	4	3	37	4,11
26	5	4	3	4	5	4	5	4	5	39	4,33
27	5	4	3	5	4	5	4	3	4	37	4,11
28	5	4	5	3	4	5	4	5	4	39	4,33
29	5	4	5	3	4	5	4	5	3	38	4,22
30	5	4	5	4	5	3	4	5	4	39	4,33
31	3	4	4	3	4	5	5	5	3	36	4,00
32	5	4	3	4	5	4	3	5	4	37	4,11
33	4	4	3	3	3	4	4	4	3	32	3,56
34	5	4	3	4	5	4	5	4	5	39	4,33
35	4	5	4	3	3	5	4	3	4	35	3,89
36	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
37	4	3	3	5	5	5	4	4	5	38	4,22

38	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
39	4	4	4	4	4	4	5	4	3	36	4,00
40	5	4	3	4	5	4	5	4	3	37	4,11
41	4	4	4	3	5	4	4	5	5	38	4,22
42	5	4	5	4	3	4	5	4	5	39	4,33
43	4	3	3	3	5	4	3	5	5	35	3,89
44	4	5	5	4	3	4	5	4	3	37	4,11
45	3	4	4	5	4	5	5	4	3	37	4,11
46	4	5	4	3	5	4	4	3	5	37	4,11
47	3	4	5	4	4	5	5	4	5	39	4,33
48	5	4	3	5	4	3	5	4	3	36	4,00
49	4	5	3	3	4	5	4	5	4	37	4,11
50	4	5	4	3	4	5	4	5	4	38	4,22
51	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	4,89
52	5	5	5	4	3	4	5	4	5	40	4,44

53	4	5	3	3	3	3	3	3	5	32	3,56
54	5	5	5	4	3	4	5	4	3	38	4,22
55	5	5	5	5	4	5	5	4	3	41	4,56
56	5	4	4	4	4	4	5	5	4	39	4,33
57	3	3	3	4	3	4	3	4	3	30	3,33
58	3	4	2	2	2	2	2	2	2	21	2,33
59	3	2	2	3	2	3	2	3	2	22	2,44
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5,00
61	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
62	5	4	5	3	4	5	4	5	4	39	4,33
63	5	4	3	4	5	4	5	4	3	37	4,11
64	5	4	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11
65	4	3	5	4	3	4	4	5	3	35	3,89
66	5	4	5	3	4	5	3	4	5	38	4,22
67	4	4	3	5	4	3	4	5	4	36	4,00

68	4	3	4	4	3	5	3	4	5	35	3,89
69	4	5	4	5	3	4	5	4	5	39	4,33
70	4	4	5	5	3	4	4	3	5	37	4,11
71	5	4	3	3	4	5	4	5	4	37	4,11
72	3	4	4	5	4	4	5	4	5	38	4,22
73	5	4	4	5	3	4	5	4	5	39	4,33
74	3	4	4	3	4	5	4	4	5	36	4,00
75	4	5	3	4	5	4	3	5	4	37	4,11
76	5	4	3	4	5	4	3	5	4	37	4,11
77	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
78	4	5	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11
79	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
80	5	4	5	3	4	5	4	5	3	38	4,22
81	5	4	3	4	5	3	4	5	4	37	4,11
82	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11

83	5	4	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11
84	5	4	5	3	4	5	4	5	4	39	4,33
85	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
86	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
87	4	3	4	5	4	3	4	5	4	36	4,00
88	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
89	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
90	4	5	3	5	4	4	5	4	3	37	4,11
91	5	4	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11
92	4	5	4	3	4	5	4	5	3	37	4,11
93	4	5	3	4	5	4	3	5	4	37	4,11
94	5	4	3	4	5	4	3	5	4	37	4,11
95	5	4	3	4	5	4	3	5	5	38	4,22
96	4	5	3	4	4	4	5	5	4	38	4,22
97	3	4	3	3	3	4	3	2	5	30	3,33

98	5	4	5	5	5	5	4	5	3	41	4,56
99	5	4	3	4	5	3	4	5	4	37	4,11
100	3	4	4	4	5	5	4	5	5	39	4,33
Total Nilai											409,78
											4,09

Sumber : Lampiran 7

LAMPIRAN 8

Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk (X2)

Variabel Kualitas Produk (X2)											
No.	Pertanyaan									Total	RataRata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
1	5	4	3	4	3	4	5	5	4	37	4,11
2	4	5	3	4	3	5	4	5	3	36	4,00
3	3	4	5	4	3	4	5	4	5	37	4,11
4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	39	4,33
5	4	5	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11
6	5	4	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11
7	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11

8	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
9	5	4	3	5	4	3	5	4	3	36	4,00
10	3	4	4	5	3	5	4	3	4	35	3,89
11	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
12	4	5	3	3	4	5	4	5	5	38	4,22
13	4	3	5	4	5	3	4	4	5	37	4,11
14	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
15	5	4	3	4	5	4	5	4	3	37	4,11
16	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
17	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
18	4	3	5	4	3	4	5	4	3	35	3,89
19	4	5	3	4	5	4	5	4	3	37	4,11
20	4	5	4	5	3	4	5	4	3	37	4,11
21	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
22	4	5	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11

23	4	5	4	5	4	3	4	5	4	38	4,22
24	3	4	5	4	5	4	5	4	5	39	4,33
25	4	5	4	3	4	5	4	5	3	37	4,11
26	5	4	5	4	3	4	5	4	5	39	4,33
27	5	4	5	4	3	4	5	4	5	39	4,33
28	5	4	5	4	3	4	5	4	5	39	4,33
29	4	5	4	5	4	3	4	5	4	38	4,22
30	5	4	3	4	5	4	5	4	5	39	4,33
31	4	3	5	3	4	5	4	5	5	38	4,22
32	5	4	3	4	5	4	5	4	3	37	4,11
33	4	3	4	5	4	4	3	3	4	34	3,78
34	4	3	4	5	4	3	4	5	4	36	4,00
35	3	4	5	4	4	4	4	4	4	36	4,00
36	4	5	4	3	4	5	4	3	4	36	4,00
37	4	3	4	5	3	4	4	4	4	35	3,89

53	5	3	5	5	5	4	5	5	5	42	4,67
54	5	3	5	4	5	5	5	4	5	41	4,56
55	5	4	5	5	4	5	4	4	5	41	4,56
56	4	4	5	4	5	5	4	4	5	40	4,44
57	3	2	4	4	3	5	2	5	5	33	3,67
58	3	2	2	2	2	2	2	2	3	20	2,22
59	3	2	2	3	3	2	3	2	2	22	2,44
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5,00
61	5	4	5	3	4	5	4	5	4	39	4,33
62	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
63	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
64	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
65	5	4	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11
66	5	4	5	3	4	5	4	5	3	38	4,22
67	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11

68	4	4	3	5	5	4	3	5	4	37	4,11
69	5	4	3	4	5	4	3	5	4	37	4,11
70	5	3	5	3	3	5	4	4	5	37	4,11
71	4	5	3	3	3	4	5	4	5	36	4,00
72	3	3	4	4	4	3	4	4	4	33	3,67
73	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
74	4	5	3	3	4	4	5	5	5	38	4,22
75	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
76	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
77	4	5	3	4	5	3	4	4	3	35	3,89
78	5	4	5	3	4	5	4	3	4	37	4,11
79	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
80	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
81	4	3	5	4	3	4	5	4	5	37	4,11
82	4	5	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11

83	4	5	3	4	5	4	5	4	3	37	4,11
84	4	5	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11
85	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
86	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
87	4	3	5	4	5	3	4	5	4	37	4,11
88	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
89	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
90	4	5	3	4	5	5	4	5	3	38	4,22
91	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
92	4	5	4	3	4	5	4	5	3	37	4,11
93	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
94	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
95	4	5	3	4	5	3	4	4	3	35	3,89
96	5	4	5	3	4	5	4	3	4	37	4,11
97	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11

98	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
99	4	3	5	4	3	4	5	4	5	37	4,11
100	4	5	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11
Total Nilai											410,56
											4,10

Sumber : Lampiran 8

LAMPIRAN 9

Tabulasi Data Variabel Store Atmosphere (X3)

Variabel Store Atmosphere (X3)											
No.	Pertanyaan									Total	RataRata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
1	5	4	3	4	3	5	4	3	4	35	3,89
2	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
3	4	3	5	4	5	3	4	5	4	37	4,11
4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	39	4,33
5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	39	4,33
6	5	4	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11
7	5	4	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11

8	4	5	3	4	5	4	3	5	4	37	4,11
9	5	4	5	3	4	5	4	3	5	38	4,22
10	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
11	5	4	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11
12	4	5	3	4	5	4	5	4	5	39	4,33
13	5	4	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11
14	4	4	5	3	4	5	4	3	5	37	4,11
15	5	4	3	4	5	4	5	4	5	39	4,33
16	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
17	5	4	3	4	3	5	4	5	3	36	4,00
18	5	4	5	3	4	5	4	5	3	38	4,22
19	5	4	3	4	5	4	5	4	3	37	4,11
20	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
21	4	5	3	4	3	4	5	4	3	35	3,89
22	5	4	5	3	4	5	4	5	3	38	4,22

23	5	4	5	3	4	5	4	5	4	39	4,33
24	5	4	5	3	4	5	4	5	4	39	4,33
25	4	5	3	4	5	4	5	4	3	37	4,11
26	4	4	5	3	4	5	4	5	3	37	4,11
27	5	4	3	4	5	4	5	4	3	37	4,11
28	4	5	4	5	3	4	5	4	5	39	4,33
29	5	4	3	4	5	4	5	4	5	39	4,33
30	4	3	4	5	4	5	3	4	5	37	4,11
31	4	4	4	3	5	3	4	5	3	35	3,89
32	4	5	4	3	5	4	5	3	4	37	4,11
33	5	5	3	4	4	3	3	5	4	36	4,00
34	4	5	4	3	4	5	4	5	4	38	4,22
35	5	4	4	4	3	4	4	3	4	35	3,89
36	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
37	5	4	4	3	5	4	4	4	5	38	4,22

53	5	2	5	4	5	5	3	5	5	39	4,33
54	5	5	5	5	5	4	2	5	5	41	4,56
55	5	4	5	5	5	5	5	5	4	43	4,78
56	4	3	3	4	5	5	4	4	5	37	4,11
57	3	4	3	3	3	5	4	4	4	33	3,67
58	3	2	2	2	2	2	2	3	2	20	2,22
59	3	2	2	3	3	3	2	2	2	22	2,44
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5,00
61	5	4	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11
62	5	4	3	4	5	4	5	4	5	39	4,33
63	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
64	5	4	3	4	5	4	4	3	5	37	4,11
65	5	4	3	5	4	3	4	5	4	37	4,11
66	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
67	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11

68	3	4	5	4	3	5	5	4	4	37	4,11
69	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
70	4	4	5	3	4	5	4	4	5	38	4,22
71	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
72	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38	4,22
73	4	5	3	4	5	4	5	4	3	37	4,11
74	4	3	4	3	3	4	5	4	4	34	3,78
75	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
76	4	5	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11
77	5	4	3	4	5	4	3	4	3	35	3,89
78	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
79	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
80	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
81	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
82	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11

83	5	4	3	5	4	3	4	5	4	37	4,11
84	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
85	4	5	4	3	4	5	4	3	4	36	4,00
86	4	5	4	3	4	5	4	5	4	38	4,22
87	3	4	5	4	3	4	5	4	3	35	3,89
88	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
89	5	4	3	4	5	4	5	4	3	37	4,11
90	4	5	4	3	4	5	4	3	4	36	4,00
91	5	4	3	4	5	4	5	4	3	37	4,11
92	4	5	4	3	4	5	4	5	3	37	4,11
93	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
94	4	5	3	4	5	4	5	3	4	37	4,11
95	5	4	3	4	5	4	3	4	3	35	3,89
96	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
97	4	5	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11

98	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
99	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
100	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37	4,11
Total Nilai											411,00
											4,11

Sumber : Lampiran 9

LAMPIRAN 10

Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel Keputusan Pembelian (Y)														
No	Pertanyaan												Total	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	5	49	4,08
2	5	4	3	4	5	4	3	4	5	3	4	5	49	4,08
3	5	4	3	4	5	4	5	3	4	5	4	5	51	4,25
4	5	4	3	4	5	4	5	3	4	5	4	5	51	4,25
5	5	4	3	3	4	5	4	5	4	5	4	5	51	4,25
6	5	4	3	4	5	4	5	3	4	5	5	4	51	4,25
7	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	3	49	4,08

8	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	52	4,33
9	5	4	3	4	5	4	3	5	4	5	4	3	49	4,08
10	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	48	4,00
11	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	50	4,17
12	5	4	3	4	5	4	5	4	5	3	4	5	51	4,25
13	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	50	4,17
14	4	5	3	4	3	5	4	3	4	5	4	4	48	4,00
15	5	4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	5	50	4,17
16	5	4	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	50	4,17
17	5	4	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	51	4,25
18	5	4	3	4	5	4	5	3	4	5	4	3	49	4,08
19	4	5	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	51	4,25
20	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	48	4,00
21	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	50	4,17
22	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	52	4,33

23	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	53	4,42
24	5	4	3	4	5	4	5	5	4	4	3	5	51	4,25
25	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	51	4,25
26	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3	50	4,17
27	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	3	4	50	4,17
28	5	4	3	4	5	5	4	5	4	3	4	5	51	4,25
29	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	3	51	4,25
30	5	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	50	4,17
31	4	3	5	5	5	4	4	4	4	3	5	4	50	4,17
32	4	5	3	4	5	3	4	5	4	3	4	5	49	4,08
33	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	3	49	4,08
34	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	48	4,00
35	5	4	5	3	3	4	3	4	4	3	4	4	46	3,83
36	5	4	5	3	4	5	4	5	4	3	4	5	51	4,25
37	4	3	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4	47	3,92

53	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58	4,83
54	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	4,92
55	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	57	4,75
56	3	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	51	4,25
57	3	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	5	51	4,25
58	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	28	2,33
59	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	33	2,75
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5,00
61	5	4	5	3	4	5	4	5	3	4	3	5	50	4,17
62	4	5	4	5	3	4	5	4	5	3	4	5	51	4,25
63	4	5	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	50	4,17
64	5	4	3	4	5	4	5	3	4	5	4	3	49	4,08
65	5	4	4	3	5	4	5	3	4	5	4	5	51	4,25
66	3	4	5	4	3	4	3	5	4	5	3	4	47	3,92
67	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	4	3	48	4,00

68	5	4	3	5	4	4	5	3	3	3	5	3	47	3,92
69	4	5	4	3	5	4	3	4	5	4	5	3	49	4,08
70	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	51	4,25
71	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	48	4,00
72	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	5	5	50	4,17
73	5	4	5	3	4	5	4	5	3	4	5	4	51	4,25
73	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	50	4,17
75	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	5	3	49	4,08
76	5	4	3	4	5	4	5	3	4	5	4	3	49	4,08
77	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	50	4,17
78	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	5	3	49	4,08
79	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	5	3	49	4,08
80	5	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	3	49	4,08
81	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	48	4,00
82	4	5	4	3	4	5	4	3	5	4	3	4	48	4,00

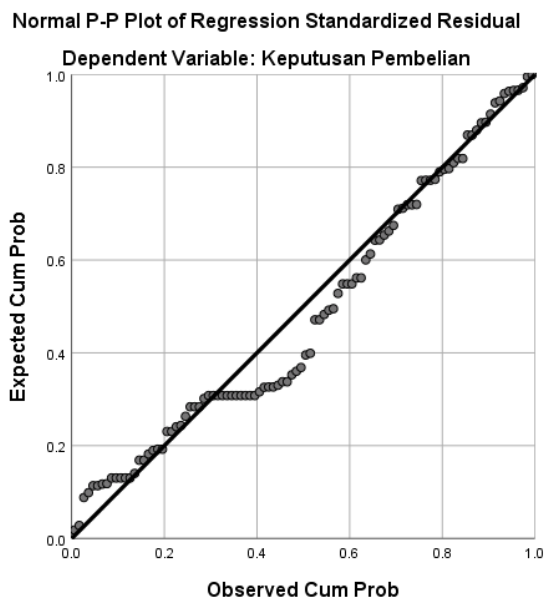
83	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	3	49	4,08
84	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	48	4,00
85	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	5	51	4,25
86	3	4	5	4	3	4	5	4	5	3	4	5	49	4,08
87	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	48	4,00
88	4	3	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	48	4,00
89	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	5	3	49	4,08
90	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	50	4,17
91	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	50	4,17
92	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	48	4,00
93	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	5	3	49	4,08
94	5	4	3	4	5	4	5	3	4	5	4	3	49	4,08
95	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	50	4,17
96	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	5	3	49	4,08
97	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	5	3	49	4,08

98	5	4	5	3	4	5	4	3	5	5	4	3	50	4,17
99	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	48	4,00
100	4	5	4	3	4	5	4	3	5	4	3	4	48	4,00
Total Nilai														414,83
														4,15

Sumber : Lampiran 10

LANPIRAN 11

Uji Normalitas



Sumber : Lampiran 11

LAMPIRAN 12

Uji Multikolinearitas

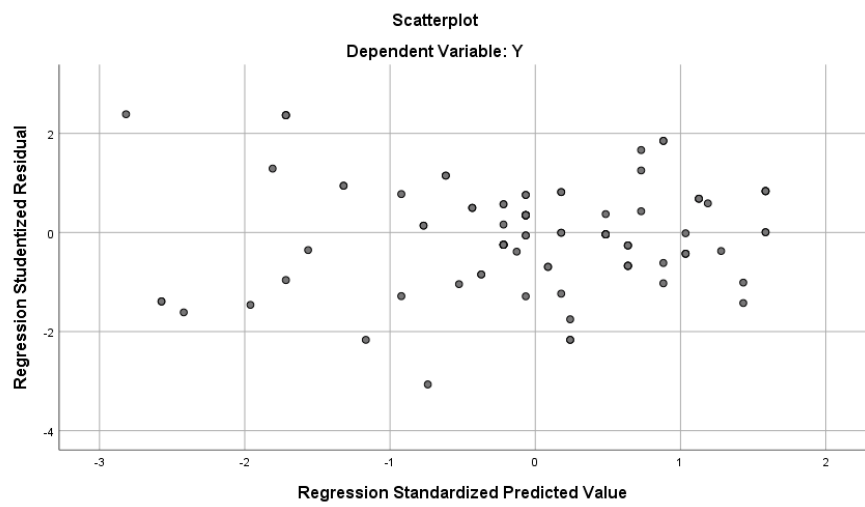
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.788	2.187		3.104	.003		
	Digital Marketing	.633	.191	.108	4.463	.003	.352	2.841
	Kualitas Produk	.689	.118	.545	5.859	.000	.223	4.475
	Store Atmosphere	.606	.128	.474	4.747	.000	.193	5.175

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Lampiran 12

LAMPIRAN 13

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Lampiran 13

LAMPIRAN 14

Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	6.788	2.187	
	Digital Marketing (X1)	.633	.191	.108
	Kualitias Produk (X2)	.689	.118	.545
	Strore Atmosphere (X3)	.606	.128	.474
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)				

Sumber : Lampiran 14

LAMPIRAN 15

Tabel Uji t Statistik

Coefficients^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	3.104	.003
	Digital Marketing (X1)	4.463	.003
	Kualitias Produk (X2)	5.859	.000
	Strore Atmosphere (X3)	4.747	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)			

Sumber : Lampiran 15

Lampiran 16

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1086.071	3	362.024	140.655	.000 ^b
	Residual	247.089	96	2.574		
	Total	1333.160	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Store Atmosphere, Digital Marketing, Kualitas Produk						

LAMPIRAN 17

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.903 ^a	.815	.809	1.60432
a. Predictors: (Constant), Store Atmosphere (X3), Digital Marketing (X1), Kualitas Produk (X2)				

Sumber : Lampiran 16

LAMPIRAN 18

KUISIONER

PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MC'DONALDS DI SURABAYA

A. Identitas Responden

Dimohon responden menjawab pernyataan berikut dengan memberikan tanda (v):

1. Nama

2. Jenis Kelamin

Laki – Laki

Perempuan

3. Umur

17-20

21-25

>25

4. Pekerjaan

Mahasiswa

Pelajar

Lainya

Jawablah Pernyataan Berikut dengan memberi tanda (v) pada kolom yang disediakan

1. STS = Sangat Tidak Setuju
2. TS = Tidak Setuju
3. RG = Ragu-Ragu
4. S = Setuju
5. SS = Sangat Setuju

B. Daftar Pernyataan

Berikan tanda (v) pada kolo jawaban yang telah disediakan

1. Variabel Digital Marketing

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RG	S	SS
Website						
1.	Penawaran McDonald's melalui website mudah diakses					

2.	Anda merasa puas dengan pemasaran McDonald's melalui website					
3.	Website McDonald's memiliki tampilan yang menarik					
Search Engine Marketing						
1.	Iklan produk McDonald's sering dijumpai di Google, baik dalam bentuk tulisan maupun display produk					
2.	Iklan produk McDonald's sesuai dengan produknya					
3.	Iklan McDonald's sangat menarik					
Sosial Media Marketing						

1.	Penawaran-penawaran McDonald's sering diunggah dimedia sosial, biasanya Instagram, Facebook atau twiter					
2.	Instagram McDonald's selalu memberikan informasi yang terbaru					
3.	Penawaran McDonald's melalui sosial media sangat menarik					

2. Variabel Kualitas Produk

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RG	S	SS
Spesifikasi yang sesuai						
1.	Produk-Produk yang ada di McDonald's sesuai dengan standart karena telah berlisensi Halal					

2.	McDonald memiliki makanan yang berkualitas					
3.	McDonald's memiliki makanan yang higienis					
Estetika						
1.	Banyaknya pilihan produk makanan di McDonald's membuat konsumen tertarik untuk membeli					
2.	Produk McDonald's memiliki bermacam-macam harga sesuai dengan keinginan konsumen					
3.	Produk McDonald's mempunya Packaging yang menarik					
Kualitas yang dirasakan						

1.	McDonald's memiliki kualitas produk yang baik sesuai dengan yang dijanjikan					
2.	McDonald's memiliki cita rasa yang enak					
3.	McDonad's memiliki rasa yang sama					

3. Variabel Store Atmosphere

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RG	S	SS
Tata letak barang						
1.	Menurut saya design pada store McDonald's sudah sesuai					

2.	McDonald's memiliki tempat makan yang nyaman					
3.	McDonald's memiliki tempat Self Service yang berfungsi dengan baik					
Suhu						
1.	Saya merasa udara di dalam Store McDonald's Selalu Segar					
2.	Pada store McDonald's memiliki suhu yang sama					
3.	Store McDonald's memiliki udara yang Fresh					
Fasilitas						

1.	McDonald's memiliki fasilitas yang cukup memadai seperti : wifi, play ground, toilet					
2.	McDonald's memiliki Baby Chair yang tersedia pada Store					
3.	Meja dan kursi pada McDonald's berfungsi dengan baik					
Desain dan Warna Toko						
1.	Tekstur ruangan McDonald's lebih menarik dibanding pesaingnya					
2.	Warna dinding dalam store yang mempunyai ciri khas tersendiri					

3.	Store McDonald's mempunyai estetika yang bagus					
----	--	--	--	--	--	--

4. Variabel Keputusan Pembelian


No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RG	S	SS
	Kemantapan membeli setelah mengetahui Informasi Produk					
1.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian McDonald's karena terdapat berbagai macam pilihan makanan yang tersedia					
2.	Saya melakukan pembelian McDonald's setelah saya mengetahui informasi produk produknya					

3.	Saya melakukan pembelian McDonald's setelah saya melihat iklan McDonald's di sosial media					
Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai						
1.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada McDonald's karena memiliki produk yang unik dan enak dari pada pesaing yang lainnya					
2.	Saya melakukan pembelian produk McDonald's karena menjadi pilihan utama					
3.	Saya melakukan pembelian produk					

	McDonald's karena saya suka					
Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan						
1.	Saya memutuskan melakukan pembelian produk McDonald's karena semakin banyak diskon yang diberikan					
2.	Saya memutuskan pembelian McDonald's karena mempunyai harga yang murah					
3.	Saya membeli McDonald's karena sesuai dengan keinginan					
Membeli karena mendapat rekomendasi orang lain						
1.	Saya memutuskan membeli produk McDonald's karena					

	teman saya banyak membeli produk makanan tersebut					
2.	Saya memutuskan membeli produk McDonald's karena direkomendasikan oleh teman,saudara atau keluarga saya					
3.	Saya melihat teman,keluarga atau saudara mempromosikan Produk McDonald's di media sosialnya					

LAMPIRAN 19


UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus 2, Tondoremas 41 Surabaya 60112 Telp (031) 8023000 Fax 1464344 E-mail: info@untag-sb.ac.id

SEMESTER
 Ganjil / Genap
2022, 2023

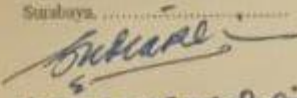
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa / NIM: BRYAN HAFIRI WICAKO / 1210902010001
 Nama Pembimbing: Dr. ENDAH BUDIARTI, M.M
 Judul Skripsi: PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK dan STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN MCDONALD'S SURABAYA

Mulai Program Skripsi : Semester Th. Ak. Sesi/bimbingan Tanggal

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1	1-05-2023	JUDUL	KONSULTASI awal mengenai judul	hd
2	7-05-2023	UDA	mengajukan judul ke ACC JUDUL	hd
3	19-05-2023	Proposal	Revisi	hd
4	3-06-2023	Proposal	Revisi	hd
5	10-6-2023	Proposal	ACC	hd
6	18-6-2023	Proposal	Konsultasi hasil revisi sampai dosen pembimbing	hd
7	9-7-2023	Pempera-	Revisi	hd
8	18-7-2023	Proposal	Revisi ACC	hd
9	25-7-2023	Bab I, II, III	Revisi	hd
10	22-8-2023	Bab III	Revisi	hd
11	25-8-2023	Bab II, III	ACC	hd
12	19-9-2023	Bab IV, V	Revisi	hd
13	21-9-2023	Bab N, V	Revisi	hd
14	22-9-2023	ACC	2	hd

Perpanjangan I _____
 Semester _____
 Th. Ak. _____
 Paraf Kojot _____

Surabaya,

 Dr. Endah Budiarti, M.Si

Scanned by TapScanner

LAMPIRAN 20

"PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MCDONALD'S DI SURABAYA (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA)

ORIGINALITY REPORT

18% SIMILARITY INDEX	18% INTERNET SOURCES	13% PUBLICATIONS	14% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	journal.unismuh.ac.id Internet Source	3%
2	Submitted to Binus University International Student Paper	3%
3	Submitted to Udayana University Student Paper	1%
4	Submitted to Morgan Park High School Student Paper	1%
5	eprints.ums.ac.id Internet Source	1%
6	Siti Sarah Sidik, Duniyati Ilmiah. "PENGARUH MODAL, TINGKAT PENDIDIKAN DAN TEKNOLOGI TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KECAMATAN PAJANGAN BANTUL", MARGIN ECO, 2022 Publication	1%
7	jurnal.ulb.ac.id Internet Source	1%
8	repo.itera.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
10	jurnal.umt.ac.id Internet Source	1%
11	Yosephyn Patria Larici, Fino Wahyudi Abdul. "Ketepatan Pengaruh Manajemen Logistik Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan PT. Bhinneka Bajanas Cabang Cikarang", Jurnal Logistik Indonesia, 2019 Publication	1%
12	dspace.uil.ac.id Internet Source	1%
13	Submitted to Universitas Muhammadiyah Semarang Student Paper	1%
14	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	1%
15	repository.stipram.ac.id Internet Source	1%