



**LAMPIRAN**

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### KUESIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH CITA RASA, KEMASAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI SURABAYA TIMUR**

Responden yang terhormat,

Saya mohon kesediaan Saudara/i bagi yang pernah melakukan pembelian es krim di Mixue Mulyosari Surabaya Timur untuk dapat mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang Saudara/i berikan hanya semata-mata untuk data penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir saya dengan judul “Pengaruh Cita Rasa, Kemasan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Surabaya Timur”. Saya berharap Saudara/i menjawab dengan leluasa sesuai dengan apa yang saudara lakukan, rasakan dan terbuka. Segala informasi yang saudara/i berikan terjamin kerahasiannya. Saya mohon maaf apabila terdapat pernyataan yang tidak berkenan di hati Saudara/i. Atas perhatian Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Peneliti

Clarrisa Kurnia Fitriani

**A. Petunjuk Pengisian**

Berilah penilaian dalam pengisian kuesioner ini dengan mengisi jawaban dan memberikan tanda (√) pada salah satu jawaban yang tersedia.

**B. Identitas Responden**

1. Nama :
2. Usia :  < 17 Tahun  36-45 Tahun  
 17-25 Tahun  > 46 Tahun  
 26-35 Tahun
3. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
4. Pekerjaan :  Pelajar  Mahasiswa  
 Wirausaha  Pegawai Swasta

**C. Pernyataan**

Isilah tabel di bawah ini sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dengan memberikan tanda (√) pada salah satu jawaban.

**Keterangan**

- SS** = Sangat Setuju      **TS** = Tidak Setuju  
**S** = Setuju      **STS** = Sangat Tidak Setuju  
**CS** = Cukup Setuju

### Cita Rasa (X1)

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
<b>Bau / Aroma</b>						
1	Mixue memiliki aroma yang unik					
2	Mixue memiliki aroma seperti buah					
3	Mixue memiliki aroma yang manis					
<b>Rasa</b>						
4	Cita rasa yang ditawarkan Mixue pada setiap variannya sesuai dengan harapan konsumen					
5	Cita rasa yang ditawarkan Mixue sesuai dengan harga yang ditawarkan					
6	Cita rasa yang ditawarkan Mixue konsisten, tidak berubah setiap pembelian di waktu yang berbeda					
<b>Rangsangan Mulut / Tekstur</b>						
7	Es krim Mixue memiliki tekstur yang lembut saat dikonsumsi					
8	Es krim Mixue memiliki komposisi bahan baku yang sesuai dengan lidah konsumen					
9	Es krim Mixue memiliki tekstur lebih creamy saat dikonsumsi					

**Kemasan (X2)**

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b>Logo / Merek</b>						
1	Logo Mixue mudah diingat					
2	Logo Mixue memiliki karakter yang menarik perhatian konsumen					
3	Logo Mixue memiliki ciri khas yang mudah dikenali oleh konsumen					
<b>Ukuran</b>						
4	Ukuran kemasan Mixue sesuai dengan yang diinginkan konsumen					
5	Ukuran kemasan Mixue sangat bervariasi					
6	Kemasan Mixue mudah digunakan dan dibawa					
<b>Bahan</b>						
7	Bahan kemasan Mixue tidak mudah rusak					
8	Bahan kemasan Mixue sangat higienis					
9	Kemasan Mixue memiliki bahan yang berkualitas baik					

**Persepsi Harga (X3)**

No	Pertnyataan	SS	S	CS	TS	STS
<b>Kesesuaian Harga dengan Manfaat</b>						
1	Harga yang ditawarkan Mixue relatif terjangkau					
2	Harga produk Mixue sesuai dengan manfaat yang dirasakan					
3	Harga produk Mixue sesuai dengan cita rasa dan kemasan yang ditawarkan					
<b>Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk</b>						
4	Harga produk Mixue sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan					
5	Harga produk Mixue sesuai dengan varian produk yang ditawarkan					
6	Harga produk Mixue sesuai dengan varian rasa yang ditawarkan					
<b>Harga Bersaing</b>						
7	Harga produk Mixue terjangkau dibandingkan produk es krim yang lain					
8	Harga produk Mixue dapat bersaing dengan produk merek lain					
9	Harga yang ditawarkan membuat Mixue lebih diminati					

### Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
<b>Kemantapan pada suatu produk</b>						
1	Bersedia membeli produk Mixue karena mereknya sudah terjamin					
2	Bersedia membeli produk Mixue karena komposisi bahan baku yang terjamin					
3	Bersedia membeli produk Mixue karena memiliki cita rasa yang berkualitas					
<b>Memberikan rekomendasi kepada orang lain</b>						
4	Merekomendasikan orang lain untuk membeli produk Mixue					
5	Memutuskan untuk membeli produk Mixue karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain melalui media sosial					
6	Bersedia mencari tahu informasi tentang produk terbaru yang diberikan Mixue di berbagai media sosial					
<b>Melakukan pembelian ulang</b>						
7	Es krim Mixue merupakan produk yang saya inginkan					
8	Tertarik dan ingin membeli kembali es krim Mixue karena memiliki varian rasa yang banyak					
9	Bersedia membeli kembali produk Mixue karena memiliki kemasan yang higienis					

## Lampiran 2

## TABULASI DATA

Cita Rasa (X1)									
X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	TOTAL
4	4	4	5	4	4	5	5	4	39
5	4	4	5	5	4	4	4	4	39
4	3	5	5	4	3	5	4	5	38
4	2	2	4	4	4	5	5	4	34
4	4	4	3	3	3	5	5	5	36
4	4	5	5	5	4	2	4	4	37
3	4	3	2	4	2	4	3	3	28
3	3	4	3	3	3	3	3	2	27
3	3	4	4	5	4	4	3	3	33
4	4	5	5	4	4	5	4	4	39
4	4	5	4	4	4	5	5	5	40
3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
3	2	2	2	2	2	5	5	5	28
2	2	2	1	5	4	4	5	5	30
3	3	4	5	4	4	4	4	4	35
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
2	2	2	3	1	2	5	5	5	27
2	2	5	1	2	4	2	1	2	21
3	2	4	5	5	4	5	3	5	36
4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
4	5	2	2	5	4	5	5	5	37
4	5	5	4	2	2	5	5	5	37
2	2	4	4	5	5	5	5	4	36
4	3	5	3	4	3	4	4	5	35
5	2	5	4	4	2	4	2	4	32
2	3	2	2	2	4	3	2	3	23
4	4	5	5	2	2	5	4	4	35
4	4	4	3	4	4	4	3	3	33
4	2	5	4	4	4	4	4	4	35
4	4	5	4	2	2	5	4	5	35
4	2	3	5	4	1	4	4	4	31
4	3	5	5	2	2	5	5	5	36



Cita Rasa (X1)									
X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	TOTAL
4	2	5	5	2	2	5	5	5	35
3	5	5	3	4	5	5	3	3	36
5	4	4	4	3	4	4	4	4	36
4	2	4	2	4	3	4	1	3	27
5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
5	5	5	5	4	2	2	5	5	38
3	3	4	3	4	5	5	4	3	34
4	4	4	5	2	5	4	5	4	37
2	4	4	5	4	4	4	4	5	36
5	5	5	5	4	2	2	5	5	38
3	3	4	3	3	4	4	3	3	30
4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
5	5	2	5	5	5	4	4	4	39
4	4	4	3	3	4	4	3	4	33
4	4	5	4	5	5	2	5	5	39
4	4	4	4	4	1	1	4	4	30
4	3	5	4	5	2	5	5	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
5	4	4	5	5	4	4	4	5	40
5	4	4	4	4	3	4	3	4	35
4	4	4	2	4	2	4	4	4	32
5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
5	3	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	4	4	4	4	5	4	5	39
4	3	3	4	4	4	4	4	4	34
3	4	4	5	2	2	2	5	4	31
3	4	5	4	4	4	5	4	4	37
1	1	1	4	4	4	4	4	4	27
4	2	2	2	2	4	4	4	4	28
3	3	5	4	5	2	5	4	5	36
5	5	2	2	2	2	5	2	2	27
3	3	4	3	2	3	2	3	2	25
2	2	3	3	1	2	2	2	1	18

Cita Rasa (X1)									
X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	TOTAL
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	5	5	3	3	4	2	4	33
4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
3	3	4	5	5	2	2	2	2	28
5	5	5	2	2	2	2	2	5	30
4	3	2	2	4	4	4	4	4	31
4	2	4	4	4	3	4	3	3	31
3	2	3	4	5	4	5	2	1	29
4	2	5	4	4	5	3	4	3	34
3	2	4	3	3	4	4	3	4	30
4	5	5	4	4	4	5	4	4	39
3	3	4	4	5	4	4	4	3	34
4	3	5	4	4	5	4	4	5	38
4	2	4	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	2	2	2	2	5	5	5	5	32
3	3	4	4	4	4	4	3	3	32
5	5	3	5	2	2	2	5	5	34
5	4	5	5	5	4	4	5	4	41
4	4	4	5	5	4	4	5	4	39
5	4	4	3	4	4	5	5	4	38
5	5	4	2	2	2	5	5	5	35
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
4	3	4	3	3	3	3	3	3	29
5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
3	4	5	4	5	4	5	5	5	40
4	2	5	5	4	3	5	5	4	37
3	3	4	3	3	3	3	3	2	27
2	2	3	4	3	3	5	3	3	28
2	2	3	4	5	4	4	4	3	31
4	4	5	2	2	5	5	5	4	36
2	2	5	3	4	5	5	4	5	35

Kemasan (X2)									
X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	TOTAL
5	5	4	4	4	4	5	4	4	39
5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
5	5	5	2	5	2	3	2	5	34
5	2	2	2	5	5	5	5	5	36
5	5	2	5	4	4	3	3	4	35
5	5	5	4	4	4	2	2	5	36
5	5	4	4	4	3	2	3	4	34
4	2	4	4	3	3	4	3	3	30
5	5	5	4	3	3	3	3	3	34
4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
5	5	5	5	2	2	4	4	4	36
4	4	4	3	4	4	3	3	3	32
2	2	2	2	4	4	4	4	4	28
5	2	3	2	1	2	5	3	4	27
4	4	4	2	2	5	5	5	4	35
5	5	4	3	4	4	3	3	3	34
2	2	2	1	1	5	5	5	5	28
5	5	5	2	4	2	2	5	4	34
5	4	5	4	3	4	3	4	4	36
4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
5	3	3	5	4	2	2	5	5	34
5	5	4	4	2	5	3	5	5	38
5	5	5	2	2	2	2	5	5	33
5	5	5	4	3	3	4	3	3	35
2	2	4	3	2	4	4	2	2	25
3	2	3	2	2	3	2	2	3	22
5	2	2	2	4	4	5	4	4	32
5	4	5	4	4	4	4	4	4	38
5	4	4	4	5	2	5	5	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
5	5	5	2	5	2	2	5	5	36
5	5	4	4	4	2	4	4	5	37
5	5	5	4	2	4	4	3	4	36
4	4	2	2	2	2	4	4	4	28

Kemasan (X2)									
X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	TOTAL
4	4	4	4	2	3	3	4	4	32
4	4	5	5	4	5	2	2	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	2	2	2	5	5	5	5	36
5	5	2	5	5	4	4	4	4	38
5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
5	5	4	5	4	1	3	3	4	34
5	5	5	2	2	2	2	5	5	33
5	5	5	3	3	4	3	2	3	33
5	5	2	2	4	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	2	2	5	33
5	5	5	3	4	4	4	4	4	38
2	2	1	5	2	5	5	5	5	32
4	4	4	1	1	4	4	4	4	30
5	5	2	5	4	5	4	4	4	38
4	2	2	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
5	5	5	3	5	2	4	5	4	38
3	4	5	4	3	2	1	5	4	31
5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
3	4	4	3	4	3	3	4	4	32
4	4	4	5	4	3	4	5	5	38
4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
5	4	5	4	5	5	4	3	4	39
4	4	4	5	4	2	4	4	4	35
5	5	5	5	2	2	4	3	3	34
5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
5	5	5	4	2	2	4	4	5	36
4	5	4	4	4	4	5	4	4	38
5	5	5	2	3	3	2	3	3	31
4	3	5	3	4	4	4	3	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	4	3	4	4	3	4	37

Kemasan (X2)									
X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	TOTAL
4	5	4	4	4	3	4	3	4	35
5	5	2	2	3	2	5	5	4	33
5	5	5	2	2	2	5	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	3	3	3	3	4	3	31
5	5	5	5	1	2	3	2	2	30
4	4	5	4	5	5	4	3	3	37
4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
5	5	5	4	2	2	5	4	5	37
5	5	2	4	4	5	4	4	4	37
5	5	5	5	3	4	4	4	4	39
5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
3	2	3	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	4	2	2	4	5	37
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
5	2	5	2	2	5	5	5	5	36
2	5	5	5	4	3	2	5	5	36
5	5	5	5	3	4	1	2	3	33
4	5	4	3	3	3	4	3	3	32
5	4	2	2	4	5	5	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	4	2	3	2	3	2	3	26
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	3	4	4	4	4	39
5	5	5	4	2	4	4	3	4	36
4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	3	4	3	4	4	34
5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
5	5	5	4	3	4	3	2	3	34



Persepsi Harga (X3)									
X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	TOTAL
4	4	2	3	4	4	4	4	4	33
5	2	2	2	2	5	5	5	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	2	2	2	2	2	30
4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
5	4	4	4	5	3	5	4	4	38
5	2	2	2	2	5	5	5	2	30
3	3	3	3	4	3	4	3	3	29
4	4	2	2	2	2	4	4	4	28
5	5	2	2	4	4	4	5	5	36
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
5	5	2	2	2	5	2	5	5	33
4	4	4	1	1	4	4	4	4	30
5	4	5	5	5	2	2	4	5	37
4	5	4	4	4	2	2	5	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	4	4	5	5	3	3	3	34
4	3	2	1	5	4	3	2	1	25
5	4	4	4	4	2	4	5	4	36
4	4	4	4	4	2	4	4	4	34
4	4	2	2	2	2	4	4	4	28
5	5	4	5	5	2	2	3	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	5	2	2	5	4	5	4	36
4	4	2	2	2	2	4	4	4	28
5	5	3	3	3	3	3	3	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	5	4	2	2	4	5	5	34
5	4	4	5	5	2	2	4	5	36
2	2	2	2	2	2	2	3	3	20
3	3	4	3	4	4	3	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	3	4	4	4	5	4	3	34

Persepsi Harga (X3)									
X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	TOTAL
4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
5	2	2	2	2	2	5	5	5	30
5	5	2	2	2	4	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	4	3	4	4	4	3	4	33
5	2	3	2	5	4	5	5	5	36
4	4	2	2	3	3	3	3	2	26
4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
4	4	5	5	5	5	4	3	3	38
4	4	5	5	4	4	3	4	4	37
5	2	2	2	2	5	4	4	5	31
5	5	5	5	5	2	2	5	5	39
3	4	4	4	4	4	4	4	3	34
5	2	2	2	2	2	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	5	5	5	4	4	2	2	2	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	4	3	3	4	3	3	4	5	34
4	5	4	2	2	5	5	5	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
1	2	4	2	2	2	2	2	3	20
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	3	5	5	2	2	4	4	5	35
4	3	4	4	4	4	3	4	3	33
4	3	4	4	4	4	3	4	3	33
2	2	2	3	3	3	2	2	2	21
5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
4	4	5	5	5	4	4	4	4	39
5	2	2	2	2	4	5	5	5	32



Keputusan Pembelian (Y)									
Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	TOTAL
4	5	2	2	4	5	5	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	3	3	4	3	3	4	3	30
5	4	2	5	3	2	4	4	4	33
4	4	4	4	4	2	4	4	4	34
4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
5	4	4	4	4	3	2	3	3	32
3	3	2	2	3	3	2	2	3	23
3	3	3	4	4	3	4	3	3	30
4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
4	5	5	4	2	2	5	4	5	36
4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
2	2	2	1	1	2	1	5	5	21
1	3	1	2	4	3	2	1	1	18
5	3	5	5	3	2	5	5	4	37
4	4	4	4	2	3	5	5	4	35
5	5	2	5	3	3	4	5	5	37
5	3	4	4	4	5	4	4	4	37
5	4	4	3	2	2	4	5	5	34
4	4	2	2	5	3	3	2	3	28
2	2	2	3	4	1	2	3	1	20
2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
4	4	5	5	5	4	5	5	4	41
4	4	4	3	3	4	3	3	4	32
3	1	1	1	5	5	3	4	5	28
4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
3	3	3	4	4	4	5	5	5	36
5	5	5	5	2	2	2	5	5	36
5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
4	5	4	3	4	4	3	3	5	35
3	3	3	3	3	4	4	4	4	31

Keputusan Pembelian (Y)									
Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	TOTAL
4	4	1	2	4	2	1	1	3	22
4	5	5	5	2	4	2	2	5	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	2	2	2	5	5	5	36
4	4	3	4	4	3	3	4	4	33
5	4	5	2	2	4	5	4	4	35
5	4	3	4	2	2	3	4	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	3	3	3	4	3	2	3	3	27
4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	5	3	4	4	4	36
5	4	2	5	2	2	2	5	5	32
4	4	4	1	1	4	4	4	4	30
4	4	4	4	2	2	2	4	4	30
4	4	5	2	2	5	5	5	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	3	3	3	4	3	3	31
5	4	3	2	1	5	4	3	2	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	2	4	2	2	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	4	3	4	5	5	5	41
3	4	4	3	3	4	4	4	4	33
4	4	5	4	5	4	5	5	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	5	5	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	5	4	4	4	3	40
5	4	4	5	5	5	4	5	4	41
2	3	3	2	3	2	2	2	3	22
4	4	3	4	4	3	5	4	3	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	1	4	5	5	2	2	2	3	27

Keputusan Pembelian (Y)									
Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	TOTAL
4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
5	4	5	4	5	3	4	4	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
4	4	3	4	3	4	3	4	4	33
3	2	1	3	4	1	3	5	2	24
1	3	5	4	4	3	2	5	1	28
3	3	3	3	3	3	4	3	4	29
4	4	4	5	5	5	5	5	5	42
5	4	4	3	5	3	4	4	4	36
4	4	5	5	4	3	4	5	4	38
5	5	2	2	5	5	4	4	4	36
3	3	4	2	2	2	2	2	3	23
5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	2	3	3	4	4	4	32
5	4	5	5	4	5	4	5	5	42
4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
5	4	4	3	5	3	3	4	3	34
5	4	5	5	4	4	4	5	4	40
4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
2	2	5	2	2	2	2	1	3	21
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	3	3	3	3	4	32
3	4	3	4	4	2	3	3	4	30
3	3	2	3	3	3	2	2	3	24
2	2	2	2	2	1	3	3	3	20
4	4	4	4	3	3	3	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	3	3	4	3	2	4	2	29

### Lampiran 3 Data Diolah Menggunakan SPSS 26

#### KARAKTERISTIK RESPONDEN

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	30	30,5%
2	Perempuan	69	69,5%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

b. Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	<17 Tahun	3	03,0%
2	17-25 Tahun	93	93,0%
3	26-35 Tahun	4	04,0%
4	36-45 Tahun	0	00,0%
5	>46 Tahun	0	00,0%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

c. Berdasarkan Profesi

No	Profesi	Jumlah	Presentase
1	Pelajar	5	05,0%
2	Mahasiswa	71	71,0%
3	Wirausaha	7	07,0%
4	Pegawai Swasta	17	17,0%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

## MEAN

### a. Cita Rasa (X1)

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
X1_1	100	1.00	5.00	3.8800
X1_2	100	1.00	5.00	3.6000
X1_3	100	1.00	5.00	4.3100
X1_4	100	1.00	5.00	4.1500
X1_5	100	1.00	5.00	4.2000
X1_6	100	1.00	5.00	4.1200
X1_7	100	2.00	5.00	4.3200
X1_8	100	1.00	5.00	4.0000
X1_9	100	1.00	5.00	4.0500
Valid N (listwise)	100			

### b. Kemasan (X2)

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
X2_1	100	2.00	5.00	4.5400
X2_2	100	2.00	5.00	4.5000
X2_3	100	3.00	5.00	4.5100
X2_4	100	2.00	5.00	4.1000
X2_5	100	1.00	5.00	3.9700
X2_6	100	1.00	5.00	3.9600
X2_7	100	1.00	5.00	3.9500
X2_8	100	2.00	5.00	3.9300
X2_9	100	2.00	5.00	4.0500
Valid N (listwise)	100			

## c. Persepsi Harga (X3)

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean
X3_1	100	1.00	5.00	4.2300
X3_2	100	1.00	5.00	4.0400
X3_3	100	2.00	5.00	4.0700
X3_4	100	1.00	5.00	4.0400
X3_5	100	1.00	5.00	4.1400
X3_6	100	1.00	5.00	4.1500
X3_7	100	1.00	5.00	4.0100
X3_8	100	2.00	5.00	3.9800
X3_9	100	1.00	5.00	4.0100
Valid N (listwise)	100			

## d. Keputusan Pembelian (Y)

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean
Y_1	100	1.00	5.00	4.0000
Y_2	100	1.00	5.00	3.8400
Y_3	100	1.00	5.00	3.9000
Y_4	100	1.00	5.00	3.9100
Y_5	100	1.00	5.00	3.9500
Y_6	100	1.00	5.00	3.6700
Y_7	100	1.00	5.00	3.8000
Y_8	100	1.00	5.00	3.9300
Y_9	100	1.00	5.00	3.8500
Valid N (listwise)	100			

## HASIL UJI VALIDITAS

### a. Cita Rasa (X1)

#### Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	Total
X1_1	Pearson Correlation	1	.527**	.476**	.419**	.359**	.172	.277**	.369**	.427**	.638**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.087	.005	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_2	Pearson Correlation	.527**	1	.394**	.305**	.334**	.438**	.362**	.441**	.397**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_3	Pearson Correlation	.476**	.394**	1	.315**	.322**	.253*	.393**	.342**	.419**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.001	.011	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_4	Pearson Correlation	.419**	.305**	.315**	1	.643**	.288**	.527**	.618**	.561**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001		.000	.004	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_5	Pearson Correlation	.359**	.334**	.322**	.643**	1	.484**	.654**	.568**	.514**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_6	Pearson Correlation	.172	.438**	.253*	.288**	.484**	1	.417**	.462**	.308**	.601**
	Sig. (2-tailed)	.087	.000	.011	.004	.000		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_7	Pearson Correlation	.277**	.362**	.393**	.527**	.654**	.417**	1	.616**	.626**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_8	Pearson Correlation	.369**	.441**	.342**	.618**	.568**	.462**	.616**	1	.707**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_9	Pearson Correlation	.427**	.397**	.419**	.561**	.514**	.308**	.626**	.707**	1	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.638**	.679**	.600**	.734**	.758**	.601**	.752**	.812**	.782**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## b. Kemasan (X2)

## Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	Total
X2_1	Pearson Correlation	1	.648**	.506**	.269**	.299**	.325**	.342**	.128	.247*	.602**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.007	.003	.001	.001	.204	.013	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_2	Pearson Correlation	.648**	1	.646**	.352**	.296**	.218*	.163	.239*	.297**	.612**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.003	.029	.106	.017	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_3	Pearson Correlation	.506**	.646**	1	.321**	.235*	.334**	.161	.167	.215*	.559**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.019	.001	.110	.097	.032	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_4	Pearson Correlation	.269**	.352**	.321**	1	.361**	.307**	.349**	.464**	.494**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.001		.000	.002	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_5	Pearson Correlation	.299**	.296**	.235*	.361**	1	.519**	.468**	.548**	.621**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.003	.003	.019	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_6	Pearson Correlation	.325**	.218*	.334**	.307**	.519**	1	.539**	.420**	.424**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.001	.029	.001	.002	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_7	Pearson Correlation	.342**	.163	.161	.349**	.468**	.539**	1	.474**	.470**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.001	.106	.110	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_8	Pearson Correlation	.128	.239*	.167	.464**	.548**	.420**	.474**	1	.783**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.204	.017	.097	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_9	Pearson Correlation	.247*	.297**	.215*	.494**	.621**	.424**	.470**	.783**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.013	.003	.032	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.602**	.612**	.559**	.651**	.735**	.696**	.680**	.717**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



## c. Persepsi Harga (X3)

## Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	Total
X3_1	Pearson Correlation	1	.604**	.364**	.427**	.554**	.499**	.620**	.476**	.593**	.735**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_2	Pearson Correlation	.604**	1	.529**	.652**	.511**	.564**	.488**	.405**	.416**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_3	Pearson Correlation	.364**	.529**	1	.790**	.575**	.646**	.328**	.433**	.545**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_4	Pearson Correlation	.427**	.652**	.790**	1	.650**	.753**	.505**	.457**	.527**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_5	Pearson Correlation	.554**	.511**	.575**	.650**	1	.786**	.595**	.508**	.478**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_6	Pearson Correlation	.499**	.564**	.646**	.753**	.786**	1	.592**	.528**	.516**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_7	Pearson Correlation	.620**	.488**	.328**	.505**	.595**	.592**	1	.667**	.645**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_8	Pearson Correlation	.476**	.405**	.433**	.457**	.508**	.528**	.667**	1	.657**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_9	Pearson Correlation	.593**	.416**	.545**	.527**	.478**	.516**	.645**	.657**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.735**	.742**	.745**	.827**	.805**	.840**	.780**	.737**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

## d. Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations									
		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Total
Y_1	Pearson Correlation	1	.726**	.620**	.592**	.281**	.439**	.597**	.557**	.618**	.771**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_2	Pearson Correlation	.726**	1	.689**	.552**	.327**	.531**	.631**	.550**	.689**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_3	Pearson Correlation	.620**	.689**	1	.759**	.423**	.516**	.682**	.668**	.635**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_4	Pearson Correlation	.592**	.552**	.759**	1	.575**	.456**	.652**	.682**	.569**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_5	Pearson Correlation	.281**	.327**	.423**	.575**	1	.358**	.331**	.341**	.347**	.562**
	Sig. (2-tailed)	.005	.001	.000	.000		.000	.001	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_6	Pearson Correlation	.439**	.531**	.516**	.456**	.358**	1	.556**	.427**	.618**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_7	Pearson Correlation	.597**	.631**	.682**	.652**	.331**	.556**	1	.815**	.699**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_8	Pearson Correlation	.557**	.550**	.668**	.682**	.341**	.427**	.815**	1	.586**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_9	Pearson Correlation	.618**	.689**	.635**	.569**	.347**	.618**	.699**	.586**	1	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.771**	.806**	.855**	.831**	.562**	.703**	.856**	.808**	.820**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

**HASIL UJI RELIABILITAS**

a. Cita Rasa (X1)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.873	9

b. Kemasan (X2)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.846	9

c. Persepsi Harga (X3)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.917	9

d. Keputusan Pembelian (Y)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.919	9

## HASIL UJI NORMALITAS

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.49602298
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.054
	Negative	-.023
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

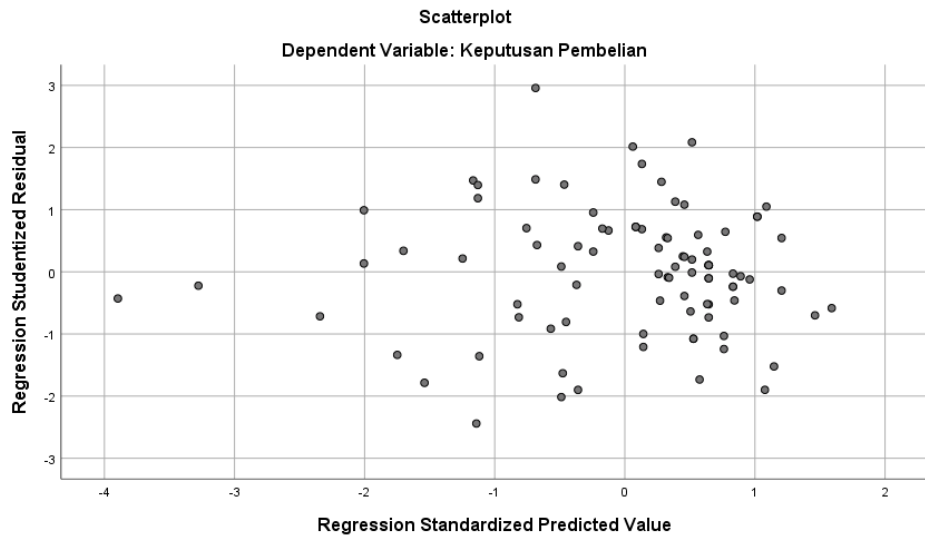
- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

## HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	7.085	4.997		1.418	.149		
	Cita Rasa (X1)	.285	.114	.224	2.496	.004	.762	1.312
	Kemasan (X2)	.512	.162	.303	3.171	.002	.673	1.487
	Persepsi Harga (X3)	.383	.128	.275	2.984	.004	.722	1.385

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

## HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS



## HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.085	4.997		1.418	.149
	Cita Rasa (X1)	.285	.114	.224	2.496	.004
	Kemasan (X2)	.512	.162	.303	3.171	.002
	Persepsi Harga (X3)	.383	.128	.275	2.984	.004

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

## HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R<sup>2</sup>)

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.844 <sup>a</sup>	.713	.704	3.51804

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga (X3), Kemasan (X2), Cita Rasa (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

## HASIL UJI PARSIAL (Uji t)

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.085	4.997		1.418	.149
	Cita Rasa (X1)	.285	.114	.224	2.496	.004
	Kemasan (X2)	.512	.162	.303	3.171	.002
	Persepsi Harga (X3)	.383	.128	.275	2.984	.004

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

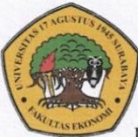

**HASIL UJI SIMULTAN (Uji F)****ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1388.752	3	462.917	22.207	.001 <sup>b</sup>
	Residual	2001.208	96	20.846		
	Total	3389.960	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Harga (X3), Kemasan (X2), Cita Rasa (X1)

## Lampiran 4 Surat Izin Penelitian

	<p><b>YAYASAN PERGURUAN 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA</b>  <b>UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA</b>  <b>FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS</b></p> <p>PROGRAM STUDI EKONOMI BISNIS (S1)          PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)          PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1)          PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN (S2)          PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI (S3)</p> <p>TERAKREDITASI          TERAKREDITASI          TERAKREDITASI          TERAKREDITASI</p> <p>Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, 082233788126 E-mail: fe@untag-sby.ac.id</p>	
<p>Nomor : 949/K/FEB/III/2023          Lampiran :          Perihal : <b>Permohonan Ijin Untuk Mengadakan Riset Pendahuluan</b></p> <p>Kepada : Yth. Bapak/Ibu Pimpinan Mixue Mulyosari          Jl. Raya Mulyosari No. 110 Kalisari Kec. Mulyosari</p> <p>Dengan hormat,          Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Strata 1, maka mahasiswa diwajibkan untuk menyusun dan mempertahankan skripsi sebagai hasil penerapan pelajaran teori serta praktek yang diperoleh berdasarkan penelitian.          Sehubungan dengan hal tersebut, maka dengan ini kami mohon perkenan Bapak / Ibu untuk memberikan ijin kepada mahasiswa :</p> <p>Nama : Clarrisa Kurnia Fitriani          N.P.M : 1211900134          Fakultas / Program Studi : Manajemen          Alamat : Jl. Kedung Rukem IV/20A          Telp./HP. 083856449205</p> <p>Guna melakukan penelitian pendahuluan pada :          "MIXUE MULYOSARI"          untuk memperoleh data sesuai dengan Skripsi yang sedang disusunnya.</p> <p>Demikian permohonan ini atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.</p>	<p>15 Maret 2023</p>	
	 Dekan <u>Dr. Slamet Riyadi, MSi., Ak. CA</u> NPP. 20220.93.0319	



**Lampiran 5** Surat Persetujuan Penelitian**MIXUE MULYOSARI**

Jl. Raya Mulyosari No. 110, Surabaya

Jawa Timur

**SURAT KETERANGAN**

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Dr. Slamet Riyadi, Msi., Ak. CA  
Di Tempat.

Dengan Hormat,


Menanggapi bahwa melalui surat permohonan izin penelitian dalam rangka permohonan izin untuk mengadakan penelitian.

Dengan ini, kami selaku pihak MIXUE MULYOSARI menyatakan Bersedia menerima mahasiswa untuk melakukan riset pendahuluan penelitian di outlet kami. Adapun mahasiswa yang telah melakukan riset pendahuluan penelitian adalah sebagai berikut:


Nama : Clarrisa Kurnia Fitriani  
NIM : 1211900134  
Program Studi : Manajemen  
Universitas : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Demikian surat dari kami, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Surabaya, 20 Maret 2023

  
**Devy Putri R.**


Lampiran 6 Kartu Bimbingan



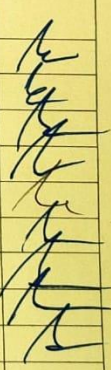
**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp. (031) 5925289, 081216781170 E-mail: feb@untag-sby.ac.id

**SEMESTER**  
 Gasal / Genap  
2022 / 2023

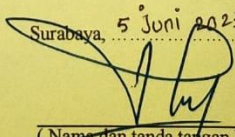
**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**



**Nama Mahasiswa / NBI :** CLARRISA KURNIA F.  
**Nama Pembimbing :** Dr. ABDUL HALIK, MM  
**Judul Skripsi :** Pengaruh Cita Rasa, Kemasan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Surabaya Timur  
**Mulai Program Skripsi : Semester** 8 **Thn. Ak.** ..... **Selesai Bimbingan Tanggal** 5 Juni 2023

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1	23-2-2023	Judul	Bimbingan Perital Judul	
2	27-2-2023	Judul	Acc Judul	
3	8-3-23	Bab 1,2,3	Revisi	
4	15-3-23	Bab 1,2,3	Revisi	
5	28-3-23	Bab 1,2,3	Acc	
6	11-5-23	Bab 4,5	Revisi	
7	25-5-23	Bab 4,5	Uraian Revisi	
8	5-6-23	Bab 4,5	Acc	
9	5-6-23		Siapan df, KT, Abstrak	

Perpanjangan I \_\_\_\_\_  
 Semester \_\_\_\_\_  
 Th. Ak. \_\_\_\_\_  
 Paraf Kajar \_\_\_\_\_

Surabaya, 5 Juni 2023  
  
 ( Nama dan tanda tangan Pembimbing )

## Lampiran 7 Turnitin

### PENGARUH CITA RASA, KEMASAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI SURABAYA TIMUR

#### ORIGINALITY REPORT

<b>19%</b> SIMILARITY INDEX	<b>18%</b> INTERNET SOURCES	<b>13%</b> PUBLICATIONS	<b>10%</b> STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>1library.net</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>Alfi Fajria Wibowo, Jeni Wulandari, Prasetya Nugeraha. "PENGALAMAN PELANGGAN, REFERENCE GROUP, PERSEPSI HARGA DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ETNIK FASHION", Jurnal Perspektif Bisnis, 2021</b> Publication	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repository.unair.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>mand-ycmm.org</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>jurnal.stie-aas.ac.id</b>	

	Internet Source	1 %
8	<a href="http://ejournal.upbatam.ac.id">ejournal.upbatam.ac.id</a> Internet Source	1 %
9	<a href="http://repository.umsu.ac.id">repository.umsu.ac.id</a> Internet Source	1 %
10	<a href="http://jurnal.untag-sby.ac.id">jurnal.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://repository.usd.ac.id">repository.usd.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://journal.stimykpn.ac.id">journal.stimykpn.ac.id</a> Internet Source	1 %
13	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	1 %
14	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	1 %
15	<a href="http://journal.umg.ac.id">journal.umg.ac.id</a> Internet Source	1 %
16	<a href="http://jurnal.umrah.ac.id">jurnal.umrah.ac.id</a> Internet Source	1 %
17	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1 %
18	<a href="http://eprints.perbanas.ac.id">eprints.perbanas.ac.id</a> Internet Source	1 %