

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuisioner Penelitian

#### KUISIONER PENELITIAN

##### I. Pengantar

Kepada Yth :

Saudara/I/Konsumen Produk Susu Cimory

Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Saya Della Ayu Ambarwati, Mahasiswi dari Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir/skripsi tentang “Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”. Dengan ini mengharap sebuah bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I Pengunjung/Konsumen Produk Susu Cimory, untuk ketersediaannya mengisi kuisioner ini dengan keadaan yang sebenarnya, karena dalam hal ini jawaban anda :

- Dijamin kerahasiaannya.
- Tidak ada kaitannya dengan karier Bapak/Ibu/Saudara/i.
- Tidak berhubungan dengan Parpol (Partai Politik) manapun.
- Semata-mata hanya untuk ilmu pengetahuan.

Atas ketersediaan Saudara/i meluangkan waktunya sebentar dalam mengisi kuisioner ini, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya

Della Ayu Ambarwati

1212000048

## II. Identitas Responden

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan jawaban anda.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
  - a.) Pria
  - b.) Wanita
3. Umur :
  - a.) 19 – 23 tahun
  - b.) 24 – 28 tahun
4. Apakah anda mahasiswa jurusan Manajemen?  
 YA

## III. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Tulislah identitas terlebih dahulu pada tempat yang telah disediakan.
2. Jawablah pernyataan dengan memilih salah satu dari 5 alternatif jawaban.
3. Jawablah dengan memberikan tanda checklist (√) pada salah satu jawaban pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan pendapat atau konsisi Anda.

Keterangan alternatif jawaban :

- |   |     |
|---|-----|
| ▪ Untuk jawaban Sangat Setuju (SS)        | : 5 |
| ▪ Untuk jawaban Setuju (S)                | : 4 |
| ▪ Untuk jawaban Netral (N)                | : 3 |
| ▪ Untuk jawaban Tidak Setuju (TS)         | : 2 |
| ▪ Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) | : 1 |

## Lampiran 2 Kuisoner Persepsi Harga

No.	Pernyataan	Skala				
		SS	S	N	TS	STS
Keterjangkauan harga produk.						
1.	Susu Cimory menjadi pilihan saya, karena harganya yang terjangkau.					
2.	Susu Cimory karena harganya terjangkau untuk segala kalangan.					
Kesesuaian harga dengan kualitasnya.						
3.	Susu Cimory karena harganya yang sesuai dengan kualitas produk yang saya inginkan.					
4.	Susu Cimory karena harganya sesuai dengan mutu yang ditawarkan					
Daya saing harga.						
5.	Karena harga Susu Cimory mampu bersaing dengan merk lain.					
6.	Harga produk Susu Cimory lebih murah bila dibandingkan dengan harga produk susu merek lain.					
Kesesuaian harga dengan manfaatnya.						
7.	Susu Cimory karena harganya sesuai dengan manfaat produk yang ditawarkan.					
8.	Susu Cimory karena harganya sesuai dengan selera produk yang saya rasakan.					

### Lampiran 3 Kuisoner Brand Image

No.	Pernyataan	Skala				
		SS	S	N	TS	STS
<b>Keunggulan</b>						
1.	Susu Cimory memiliki kualitas yang baik.					
2.	Susu Cimory sudah terkenal di kalangan masyarakat Indonesia.					
<b>Kekuatan</b>						
3.	Kualitas merek Susu Cimory sesuai dengan manfaatnya.					
4.	Kualitas merek Susu Cimory sesuai dengan fungsinya.					
<b>Keunikan</b>						
5.	Susu Cimory mempunyai citra merek yang menarik.					
6.	Susu Cimory mempunyai varian rasa yang beragam.					

#### Lampiran 4 Kuisoner Kualitas Produk

No.	Pernyataan	Skala				
		SS	S	N	TS	STS
Kinerja (performance)						
1.	Produk susu Cimory dapat memberikan kenyamanan ketika meminumnya					
2.	Produk susu Cimory tidak membuat serak di tenggorokan					
Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (features)						
3.	Produk susu Cimory sesuai dengan standart kelayakan untuk dikonsumsi					
4.	Produk susu Cimory sesuai dengan kualitas yang ditawarkan					
Keandalan (reliability)						
5.	Produk susu Cimory menarik perhatian					
6.	Produk susu Cimory dikelola dengan alat yang canggih					
Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specification)						
7.	Produk susu Cimory tidak mudah rusak					
8.	Produk susu Cimory memiliki inovatif rasa yang beragam					
Daya tahan (durability)						
9.	Produk susu Cimory dapat bertahan lebih dari 1 tahun					
10.	Produk susu Cimory memiliki ketahanan kemasan ketika tidak sengaja terjatuh					
Kemudahan perbaikan (Serviceability)						
11.	Produk susu Cimory memiliki varian rasa inovatif					
12.	Produk susu Cimory karena desain kemasan menarik					
Keindahan (aesthetic)						
13.	Produk susu Cimory memiliki reputasi yang baik					
14.	Produk susu Cimory bisa dipercaya					

### Lampiran 5 Kuisoneer Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	Skala				
		SS	S	N	TS	STS
Pengenalan Masalah						
1.	Saya sering melakukan transaksi pembelian produk Susu Cimory					
2.	Saya memutuskan membeli karena produk yang dijual Cimory lebih terjangkau dibanding yang lain					
Pencarian Informasi						
3.	Informasi yang diberikan sesuai dengan kenyataan sehingga saya berminat untuk membeli produk Susu Cimory					
4.	Saya memutuskan untuk membeli produk Susu Cimory setelah membandingkan dengan produk susu yang lain					
Evaluasi Alternatif						
5.	Setelah melihat-lihat daftar produk susu yang lain saya tertarik untuk membeli					
6.	Saya memutuskan untuk membeli produk Susu Cimory setelah direkomendasikan oleh orang lain					
Keputusan Pembelian						
7.	Saya memutuskan membeli Produk Susu Cimory karena produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan					
8.	Saya memilih Produk Susu Cimory karena rasa					
Perilaku Pasca Pembelian						
9.	Saya membeli kembali produk Susu Cimory setelah mengetahui produk cimory memiliki banyak kelebihan					
10.	Saya merekomendasikan kepada teman saya untuk melakukan pembelian Produk Susu Cimory					

## Lampiran 6 Surat Perizinan Penelitian



**YAYASAN PERGURUAN 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**  
**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

PROGRAM STUDI EKONOMI BISNIS (S1)  
 PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)  
 PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1)  
 PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN (S2)  
 PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI (S3)

TERAKREDITASI  
 TERAKREDITASI  
 TERAKREDITASI  
 TERAKREDITASI  
 TERAKREDITASI

Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, 082233788126 E-mail: fe@untag-sby.ac.id

Nomor : 3248/K/FEB/X/2023 18 Oktober 2023  
 Lampiran :  
 Perihal : Permohonan Ijin Untuk  
 Mengadakan Riset Pendahuluan  
 Kepada : Yth. Kepala Biro Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
 Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya

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 :

Nama : DELLA AYU AMBARWATI  
 N.P.M : 1212000048  
 Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen  
 Alamat : Nginden Jaya 2 No. 40 Sukolilo Surabaya  
 Telp./HP. 085212800192

Guna melakukan penelitian pendahuluan pada :


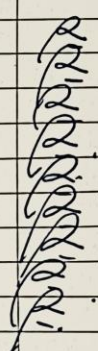
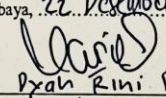
“MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA”  
 untuk memperoleh data sesuai dengan Skripsi yang sedang disusunnya.  
 Data yang diperlukan jumlah mahasiswa aktif Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, semester Gasal Tahun Akademik 2023/2024.

Demikian permohonan ini atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, MSI., Ak. CA  
 NPP. 20220.93.0319

## Lampiran 7 Kartu Bimbingan

SEMESTER Gasal / Genap		KARTU BIMBINGAN SKRIPSI			
1					
Universitas 17 Agustus 1945 (Untag) Surabaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Kampus Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5931800 Pst 140&141 E-mail: feb@untag-sby.ac.id					
Nama Mahasiswa / NBI : <u>DELLA AYU AMPARWATI / 12120000118</u>					
Nama Pembimbing : <u>Dra. Ec. Dyah Rini P. MM</u>					
Judul Skripsi : <u>PENGARUH PERSEPSI HARGA, REPUTASI DAN</u> <u>IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN</u> <u>PEMBELIAN PRODUK SISI CIMERY DARI MAHASISWA MANAJEMEN FAK. EKONOMI DAN BISNIS</u> <u>UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA</u>					
Mulai Program Skripsi : Semester ..... Thn. Ak ..... Selesai Bimbingan Tanggal .....					
No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF	
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI		
1.	18-09-2023	2021	ACC -		
2.	18-10-2023	I, II, III	Revisi		
3.	19-10-2023	I, II, III (proposal)	ACC		
4.	22-10-2023	IV	Revisi		
5.	23-11-2023	IV	ACC		
6.	12-12-2023	✓	Rev.		
7.	13-12-2023	✓	ACC		
8.	22-12-2023	Abstrak	Revisi		
9.	22-12-2023	Abstrak	ACC		
Perpanjangan I					
Semester : _____					
Th. Ak : _____					
Paraf Kajur : _____					
				Surabaya, 22 Desember 2023  Dyah Rini P. (Nama dan tanda tangan Pembimbing)	





32	3	5	5	4	5	5	5	5
33	4	4	5	4	5	5	5	5
34	5	5	5	4	4	4	4	5
35	5	5	4	5	5	5	5	5
36	5	4	4	5	5	5	5	5
37	4	5	4	5	5	5	5	5
38	5	3	4	4	4	4	4	4
39	4	4	3	4	5	4	3	3
40	5	5	5	4	4	4	4	4
41	5	3	3	3	3	3	4	4
42	5	4	5	4	5	5	5	4
43	4	5	5	4	4	4	4	4
44	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	3	5	5	5	5
46	5	5	5	4	4	5	5	5
47	5	5	4	5	5	5	5	5
48	4	4	4	5	5	5	5	5
49	5	4	4	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	4	4	4	4
51	5	5	4	5	3	5	5	5
52	5	5	5	4	5	4	4	5
53	4	5	5	5	4	5	5	4
54	2	5	5	4	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5	5	4	3
56	5	5	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	4	5	4	4
58	5	5	5	3	4	5	5	5
59	5	4	4	5	5	5	5	4
60	4	4	3	5	5	5	5	5
61	5	5	3	5	3	5	4	4
62	4	5	4	5	5	5	5	5
63	4	4	5	5	5	4	5	5
64	5	5	5	4	5	5	4	4
65	5	5	5	5	5	4	5	5

66	3	5	5	5	5	5	5	4
67	5	4	5	3	4	5	5	5
68	5	5	5	3	5	5	5	5
69	5	5	4	4	5	5	5	4
70	3	4	4	3	3	3	3	3
71	4	4	4	4	3	3	3	3
72	5	5	5	5	5	5	3	5
73	4	4	4	4	2	3	4	4
74	5	5	5	3	5	4	3	5
75	4	5	5	5	3	5	5	5
76	3	4	2	3	4	4	5	5
77	4	5	5	4	4	4	4	4
78	5	4	5	5	5	5	4	3
79	4	4	4	4	5	5	5	5
80	3	5	5	5	5	5	5	5
81	4	4	4	4	4	4	5	5
82	3	4	4	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5	3	3
84	5	4	5	5	4	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	4	4
86	1	2	2	2	2	2	2	2
87	5	5	5	5	5	5	5	5
88	5	4	4	4	5	5	5	5
89	5	5	4	5	5	5	5	5
90	4	5	2	2	2	2	2	4
91	4	4	5	5	5	5	5	5
92	2	2	2	2	2	2	2	2
93	5	5	4	5	5	5	5	4

**Lampiran 9 Rekapitan Jawaban Responden Variabel Brand Image (X2)**

NO.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
1	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	4	5
4	5	5	5	5	4	4
5	4	3	3	5	4	5
6	3	2	3	2	2	3
7	5	5	3	5	5	5
8	4	4	4	3	4	4
9	5	3	3	5	3	3
10	5	5	3	4	4	5
11	4	5	5	5	5	5
12	4	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	5	4
14	4	5	5	5	5	5
15	5	4	4	5	5	5
16	4	4	4	5	4	4
17	4	4	4	4	5	5
18	3	4	4	5	4	4
19	5	4	4	3	3	3
20	4	4	4	5	5	5
21	4	5	4	5	4	3
22	5	5	3	5	3	5
23	5	4	5	4	3	3
24	4	4	4	5	5	5
25	2	5	5	5	4	3
26	4	4	4	5	3	3
27	5	5	5	5	5	4
28	4	5	4	5	2	3
29	5	5	5	4	5	4
30	5	5	4	5	5	4
31	4	4	5	5	5	5

32	4	4	5	5	5	5
33	4	3	3	3	4	5
34	5	5	5	3	3	3
35	5	3	5	5	5	5
36	5	4	4	4	5	5
37	4	5	3	5	5	5
38	4	4	4	5	3	3
39	5	5	5	5	5	4
40	5	5	3	3	3	4
41	3	5	4	4	3	3
42	4	4	4	5	5	5
43	4	4	4	4	4	4
44	5	5	4	4	5	5
45	4	3	4	5	5	5
46	5	4	4	5	5	5
47	5	4	5	4	4	4
48	4	4	4	4	5	4
49	5	4	4	5	5	5
50	3	4	4	5	5	5
51	4	5	3	5	5	4
52	5	5	5	5	5	4
53	5	4	5	4	5	5
54	5	5	4	4	4	4
55	4	4	4	4	5	5
56	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	4	4
58	5	5	4	4	5	5
59	5	5	5	5	5	5
60	4	4	4	4	5	5
61	5	4	3	3	4	5
62	4	4	4	5	5	5
63	4	5	5	5	3	4
64	4	4	4	4	4	3
65	5	5	5	5	4	4

66	4	5	4	5	4	4
67	4	4	4	4	5	4
68	5	4	5	4	4	4
69	5	5	5	4	5	5
70	5	5	4	4	4	4
71	4	4	4	5	5	5
72	5	5	5	5	5	4
73	5	5	5	4	3	4
74	5	4	3	3	3	4
75	5	4	4	5	3	5
76	5	4	5	5	5	5
77	5	4	4	5	3	4
78	4	5	5	3	4	4
79	4	4	5	4	5	5
80	5	5	5	5	5	4
81	5	5	3	3	3	4
82	4	4	4	5	4	4
83	5	4	5	4	5	3
84	4	5	5	4	5	5
85	4	5	4	5	4	4
86	1	1	1	2	1	1
87	5	5	5	5	5	5
88	3	4	3	4	3	3
89	4	4	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	3
91	4	5	5	4	5	5
92	2	2	2	3	2	1
93	5	5	5	5	3	5

### Lampiran 10 Rekapitan Jawaban Responde Variabel Kualitas Produk (X3)

NO.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	X3.13	X3.14
1	5	3	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4
2	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
3	4	3	2	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5	4
5	5	4	3	5	3	4	4	4	4	3	5	5	3	4
6	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1
7	4	2	2	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
8	5	5	3	4	3	3	5	3	4	4	5	4	4	4
9	5	4	4	5	4	5	4	5	3	3	3	3	3	5
10	5	5	3	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4
11	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	2	4	5
12	4	4	5	4	5	5	2	4	4	4	5	4	4	4
13	5	5	5	4	4	4	2	4	5	4	4	5	4	4
14	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3
15	4	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4
16	5	4	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	5	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
18	3	4	4	3	4	5	3	4	4	5	5	3	4	5
19	5	4	5	3	5	4	3	4	3	4	3	3	4	5
20	5	5	5	3	3	4	3	5	4	4	4	5	5	4
21	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	2	4	5
22	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	3	3
23	5	5	4	5	5	5	3	3	3	3	4	2	5	5
24	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
25	3	3	5	5	3	3	4	4	5	5	3	5	5	3

26	4	4	5	4	3	4	2	4	3	5	5	5	5	4
27	4	4	3	5	4	5	5	3	4	5	3	5	4	5
28	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4
29	5	4	5	5	4	5	5	3	4	5	3	3	3	4
30	5	5	5	5	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4
31	3	3	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	4	4
32	4	4	3	3	5	5	5	4	3	5	3	4	5	5
33	5	3	3	4	4	5	4	5	3	4	3	5	4	5
34	5	4	5	5	4	3	3	3	3	5	4	3	5	4
35	5	5	5	5	3	3	3	5	4	4	4	5	4	5
36	5	4	4	5	4	5	5	3	3	3	3	4	4	5
37	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4
38	5	5	5	3	4	4	4	3	3	5	4	4	3	4
39	5	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	2	4	5
40	5	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	4	5	3
41	3	3	5	3	3	4	5	5	5	3	3	3	4	4
42	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	5	3	4	2
43	3	4	4	3	3	5	5	5	3	3	4	4	4	5
44	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	3
45	3	3	2	5	5	2	4	4	4	4	5	4	5	5
46	5	5	4	4	3	5	3	4	3	5	4	5	3	5
47	3	4	3	3	5	3	4	5	5	5	3	5	5	5
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
49	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	3	2	4	4
50	4	4	3	4	4	4	5	4	3	5	1	4	5	5
51	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	3
52	5	3	5	5	5	3	4	3	3	4	4	4	3	5





80	3	4	3	5	5	5	3	4	4	5	5	3	5	5
81	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
82	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4
83	4	3	3	3	4	4	5	5	3	3	4	5	5	5
84	3	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	2	3
85	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	5	5	5
86	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1
87	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3
88	3	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3
89	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	5	4	4
90	3	3	3	4	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4
91	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4
92	1	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	2	1
93	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4

**Lampiran 11 Rekapitan Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

NO.	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5
5	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5
6	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2
7	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	2	4	4	4	5	5	5	5	3
9	4	2	4	4	2	4	5	5	5	5
10	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
12	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
13	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
14	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
15	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5
16	4	3	5	5	5	5	5	5	3	3
17	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
18	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
20	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4
22	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	5	2	4	5	5	5	5
24	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4
25	4	2	4	4	2	4	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4
27	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
28	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5
29	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
30	4	2	4	3	4	4	5	5	5	5
31	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5

32	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
33	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5
34	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3
35	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
36	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
37	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5
38	4	3	3	4	4	3	5	5	5	5
39	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
40	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5
41	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5
42	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4
43	3	3	3	4	4	5	5	5	4	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
46	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5
47	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4
48	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
49	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
50	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
51	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5
52	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
53	4	3	4	5	3	3	5	5	5	5
54	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
55	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
58	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
60	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
61	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5
62	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
63	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
64	2	3	5	5	3	5	5	5	5	5
65	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5

66	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
67	4	4	3	5	5	5	5	4	4	3
68	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
69	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
71	4	4	3	4	3	3	5	5	5	5
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5
74	5	5	5	5	3	3	4	5	3	1
75	4	4	4	4	4	5	4	5	2	2
76	5	5	4	4	4	3	4	4	3	2
77	4	3	4	4	3	3	5	5	5	5
78	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
79	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	3	5	5	4	4	5	2	5	5
82	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
83	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4
84	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
85	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
86	2	2	2	1	1	1	1	3	2	2
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
90	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
91	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4
92	2	2	4	5	3	3	5	2	2	2
93	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5

### Lampiran 12 Hasil Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PRIA	46	49.5	49.5	49.5
	PEREMPUAN	47	50.5	50.5	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

### Lampiran 13 Hasil Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden

USIA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-23	89	95.7	95.7	95.7
	24-28	4	4.3	4.3	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

### Lampiran 14 Hasil Uji Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	93	1	5	4.39	.847
X1.2	93	1	5	4.40	.782
X1.3	93	2	5	4.27	.911
X1.4	93	1	5	4.33	.889
X1.5	93	1	5	4.42	.913
X1.6	93	1	5	4.49	.855
X2.1	93	2	5	4.48	.816
X2.2	93	2	5	4.49	.775
X2.3	93	1	5	4.38	.779
X2.4	93	1	5	4.35	.775
X2.5	93	1	5	4.22	.819
X2.6	93	2	5	4.43	.772
X2.7	93	1	5	4.25	.940

X2.8	93	1	5	4.25	.880
X3.1	93	1	5	4.18	.943
X3.2	93	1	5	3.97	.865
X3.3	93	1	5	3.87	1.002
X3.4	93	1	5	3.92	.958
X3.5	93	1	5	3.89	.890
X3.6	93	1	5	4.14	.892
X3.7	93	1	5	3.89	.949
X3.8	93	1	5	4.03	.938
X3.9	93	2	5	3.98	.807
X3.10	93	2	5	4.11	.866
X3.11	93	1	5	4.01	.903
X3.12	93	2	5	3.86	1.038
X3.13	93	2	5	4.04	.820
X3.14	93	1	5	4.06	1.030
Y.1	93	1	5	4.28	.757
Y.2	93	1	5	4.09	.940
Y.3	93	1	5	4.32	.740
Y.4	93	1	5	4.46	.760
Y.5	93	1	5	4.27	.886
Y.6	93	1	5	4.41	.824
Y.7	93	1	5	4.70	.688
Y.8	93	2	5	4.70	.656
Y.9	93	2	5	4.60	.768
Y.10	93	1	5	4.54	.927
Valid N (listwise)	93				

### Lampiran 15 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X1)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.454**	.413**	.404**	.378**	.378**	.261*	.301**	.607**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.012	.003	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.2	Pearson Correlation	.454**	1	.474**	.480**	.479**	.564**	.291**	.371**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.3	Pearson Correlation	.413**	.474**	1	.439**	.491**	.484**	.379**	.349**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.4	Pearson Correlation	.404**	.480**	.439**	1	.630**	.639**	.525**	.389**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.5	Pearson Correlation	.378**	.479**	.491**	.630**	1	.734**	.600**	.518**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.6	Pearson Correlation	.378**	.564**	.484**	.639**	.734**	1	.697**	.578**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.7	Pearson Correlation	.261*	.291**	.379**	.525**	.600**	.697**	1	.786**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.012	.005	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.8	Pearson Correlation	.301**	.371**	.349**	.389**	.518**	.578**	.786**	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X1	Pearson Correlation	.607**	.691**	.689**	.768**	.823**	.858**	.762**	.715**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93

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

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



### Lampiran 16 Hasil Uji Validitas Brand Image (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.496**	.417**	.216*	.302**	.418**	.655**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.038	.003	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
X2.2	Pearson Correlation	.496**	1	.529**	.378**	.326**	.300**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.003	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
X2.3	Pearson Correlation	.417**	.529**	1	.420**	.481**	.317**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.002	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
X2.4	Pearson Correlation	.216*	.378**	.420**	1	.451**	.386**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.038	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
X2.5	Pearson Correlation	.302**	.326**	.481**	.451**	1	.687**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
X2.6	Pearson Correlation	.418**	.300**	.317**	.386**	.687**	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.002	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
X2	Pearson Correlation	.655**	.692**	.735**	.660**	.782**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93

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

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

Lampiran 17 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3)

		Correlations														
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	X3.13	X3.14	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.500**	.358**	.280**	.153	.279**	.046	.251*	.062	.122	.215*	.037	.088	.234*	.526**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.007	.143	.007	.658	.015	.553	.244	.039	.721	.401	.024	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.2	Pearson Correlation	.500**	1	.446**	.430**	.292**	.259*	-.044	.108	-.001	.121	.140	-.066	.063	.076	.474**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.005	.012	.676	.301	.992	.249	.182	.532	.547	.472	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.3	Pearson Correlation	.358**	.446**	1	.465**	.240*	.215*	.008	.143	.050	-.084	.122	-.059	-.059	-.034	.414**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.020	.039	.939	.171	.632	.423	.245	.572	.572	.747	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.4	Pearson Correlation	.280**	.430**	.465**	1	.360**	.229*	.254*	.100	.138	.036	.164	.033	.060	.170	.542**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000		.000	.027	.014	.343	.186	.731	.116	.753	.571	.103	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.5	Pearson Correlation	.153	.292**	.240*	.360**	1	.361**	.231*	.213*	.087	.199	.218*	.019	.200	.292**	.552**
	Sig. (2-tailed)	.143	.005	.020	.000		.000	.026	.041	.404	.056	.036	.858	.055	.004	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.6	Pearson Correlation	.279**	.259*	.215*	.229*	.361**	1	.326**	.358**	.306**	.220*	.228*	.033	.081	.345**	.606**
	Sig. (2-tailed)	.007	.012	.039	.027	.000		.001	.000	.003	.034	.028	.753	.441	.001	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.7	Pearson Correlation	.046	-.044	.008	.254*	.231*	.326**	1	.248*	.295**	.014	.065	.095	.146	.263*	.427**
	Sig. (2-tailed)	.658	.676	.939	.014	.026	.001		.016	.004	.892	.537	.366	.164	.011	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.8	Pearson Correlation	.251*	.108	.143	.100	.213*	.358**	.248*	1	.432**	.210*	.166	.060	.111	.144	.505**
	Sig. (2-tailed)	.015	.301	.171	.343	.041	.000	.016		.000	.043	.111	.565	.288	.168	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.9	Pearson Correlation	.062	-.001	.050	.138	.087	.306**	.295**	.432**	1	.377**	.343**	.243*	.264*	.106	.515**
	Sig. (2-tailed)	.553	.992	.632	.186	.404	.003	.004	.000		.000	.001	.019	.010	.311	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.10	Pearson Correlation	.122	.121	-.084	.036	.199	.220*	.014	.210*	.377**	1	.318**	.186	.239*	.126	.426**
	Sig. (2-tailed)	.244	.249	.423	.731	.056	.034	.892	.043	.000		.002	.074	.021	.228	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.11	Pearson Correlation	.215*	.140	.122	.164	.218*	.228*	.065	.166	.343**	.318**	1	.280**	.249*	.186	.525**
	Sig. (2-tailed)	.039	.182	.245	.116	.036	.028	.537	.111	.001	.002		.007	.016	.074	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.12	Pearson Correlation	.037	-.066	-.059	.033	.019	.033	.095	.060	.243*	.186	.280**	1	.429**	.425**	.403**
	Sig. (2-tailed)	.721	.532	.572	.753	.858	.753	.366	.565	.019	.074	.007		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.13	Pearson Correlation	.088	.063	-.059	.060	.200	.081	.146	.111	.264*	.239*	.249*	.429**	1	.512**	.479**
	Sig. (2-tailed)	.401	.547	.572	.571	.055	.441	.164	.288	.010	.021	.016	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.14	Pearson Correlation	.234*	.076	-.034	.170	.292**	.345**	.263*	.144	.106	.126	.186	.425**	.512**	1	.566**
	Sig. (2-tailed)	.024	.472	.747	.103	.004	.001	.011	.168	.311	.228	.074	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X3	Pearson Correlation	.526**	.474**	.414**	.542**	.552**	.606**	.427**	.505**	.515**	.426**	.525**	.403**	.479**	.566**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93

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

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

### Lampiran 18 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations										
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.623**	.594**	.548**	.599**	.425**	.288**	.303**	.362**	.217*	.722**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.005	.003	.000	.037	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y1.2	Pearson Correlation	.623**	1	.569**	.568**	.624**	.459**	.108	.342**	.183	.171	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.304	.001	.078	.102	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y1.3	Pearson Correlation	.594**	.569**	1	.718**	.563**	.602**	.300**	.270**	.286**	.220*	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.004	.009	.005	.034	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y1.4	Pearson Correlation	.548**	.568**	.718**	1	.524**	.650**	.415**	.282**	.300**	.260*	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.006	.003	.012	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y1.5	Pearson Correlation	.599**	.624**	.563**	.524**	1	.666**	.295**	.272**	.271**	.259*	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.004	.008	.009	.012	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y1.6	Pearson Correlation	.425**	.459**	.602**	.650**	.666**	1	.392**	.411**	.380**	.364**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y1.7	Pearson Correlation	.288**	.108	.300**	.415**	.295**	.392**	1	.447**	.491**	.410**	.580**
	Sig. (2-tailed)	.005	.304	.004	.000	.004	.000		.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y1.8	Pearson Correlation	.303**	.342**	.270**	.282**	.272**	.411**	.447**	1	.450**	.430**	.594**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.009	.006	.008	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y1.9	Pearson Correlation	.362**	.183	.286**	.300**	.271**	.380**	.491**	.450**	1	.761**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000	.078	.005	.003	.009	.000	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y1.10	Pearson Correlation	.217*	.171	.220*	.260*	.259*	.364**	.410**	.430**	.761**	1	.601**
	Sig. (2-tailed)	.037	.102	.034	.012	.012	.000	.000	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y	Pearson Correlation	.722**	.692**	.743**	.763**	.752**	.780**	.580**	.594**	.647**	.601**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93

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

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

**Lampiran 19 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga (X1)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.881	8

**Lampiran 20 Hasil Uji Reliabilitas Brand Image (X2)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.806	6

**Lampiran 21 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X3)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.763	14

**Lampiran 22 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.874	10

### Lampiran 23 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.44139300
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.049
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### Lampiran 24 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.725	2.277			
	X1	.341	.084	.312	.378	2.646
	X2	.354	.130	.229	.317	3.158
	X3	.365	.086	.427	.219	4.557

### Lampiran 25 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.827	1.392		4.905	.000
	X1	-.089	.051	-.276	-1.740	.085
	X2	.001	.079	.003	.019	.985
	X3	-.034	.053	-.135	-.646	.520

a. Dependent Variable: ABS\_RES

### Lampiran 26 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	2.725	2.277
	X1	.341	.084
	X2	.354	.130
	X3	.365	.086

### Lampiran 27 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2213.213	3	737.738	119.737	.000 <sup>b</sup>
	Residual	548.357	89	6.161		
	Total	2761.570	92			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

### Lampiran 28 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.725	2.277		1.197	.235		
	X1	.341	.084	.312	4.067	.000	.378	2.646
	X2	.354	.130	.229	2.734	.008	.317	3.158
	X3	.365	.086	.427	4.237	.000	.219	4.557

a. Dependent Variable: Y

### Lampiran 29 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	.895 <sup>a</sup>	.801	.795	2.48220

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

### Lampiran 30 Hasil Turnitin

#### PENGARUH PERSEPSI HARGA BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU CIMORY PADA MAHASISWA MANAJEMEN EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

##### ORIGINALITY REPORT

<b>20%</b>	<b>20%</b>	<b>14%</b>	<b>9%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

##### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>www.researchgate.net</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>ejournal.unsrat.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>ejournal.unp.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>ejurnal.stie-trianandra.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>Submitted to iGroup</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repo.undiksha.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>Submitted to Universitas Nasional</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>enrichment.iocspublisher.org</b> Internet Source	<b>1%</b>



9	Submitted to stie-pembangunan Student Paper	1 %
10	repositori.umsu.ac.id Internet Source	1 %
11	ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id Internet Source	1 %
12	eprints.ums.ac.id Internet Source	1 %
13	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	1 %
14	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1 %
15	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	1 %
16	jurnalmahasiswa.uma.ac.id Internet Source	1 %
17	journal.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
18	jurnal.umrah.ac.id Internet Source	<1 %
19	ejournal.unitomo.ac.id Internet Source	<1 %
20	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %

21	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
22	<a href="http://eprints.ukmc.ac.id">eprints.ukmc.ac.id</a> Internet Source	<1 %
23	Suwardi Suwardi, Ravika Berliana. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU VANS", Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2022 Publication	<1 %
24	<a href="http://doku.pub">doku.pub</a> Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off  
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off