

LAMPIRAN

PENGARUH INOVASI PRODUK, STRATEGI DIGITAL MARKETING, DAN STRATEGI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN GUNAWAN GUNTING SAGA

Identifikasi Responden

Nama Responden :
 Jenis Kelamin :
 Umur Responden :

Petunjuk Pengisian

Mohon beri tanda centang atau checklist () salahsatu pernyataan yang paling sesuai. Adapun pendapat yang diberikan mempunyai nilai sebagai berikut:

Pengukuran		Skala
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-Ragu	RR	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
A.	Inovasi Produk					
1.	Rumah makan ini sering melakukan pembaruan pada tampilan atau penyajian produknya					
2.	Perubahan desain atau tampilan produk membuat saya lebih tertarik untuk membeli					

3.	Kualitas makanan yang ditawarkan rumah makan ini terus mengalami peningkatan					
4.	Rasa dan mutu makanan di rumah makan ini sesuai dengan harapan saya					
5.	Rumah makan ini menambah variasi menu untuk memenuhi kebutuhan konsumen					
6.	Penampakan jenis menu membuat saya memiliki lebih banyak pilihan saat membeli					
B.	Strategi Digital Marketing					
7.	Konten digital yang disajikan oleh rumah makan ini memberikan informasi yang jelas kepada konsumen					
8.	Tampilan konten digital rumah makan ini mampu menarik minat saya					
9.	Rumah makan ini memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan					
10.	Melalui media sosial, saya dapat dengan mudah mengetahui menu maupun informasi dari rumah makan ini					
11.	Promosi yang dilakukan melalui media online, mendorong saya untuk membeli di rumah makan ini					
12.	Informasi promosi yang saya temukan di internet mempengaruhi minat saya untuk melakukan pembelian					
C.	Strategi Harga					
13.	Harga makanan yang ditawarkan rumah makan ini masih terjangkau bagi saya					
14.	Saya merasa harga menu di rumah makan ini sesuai dengan kemampuan saya untuk membayar					

15.	Harga yang ditetapkan rumah makan ini seimbang dengan kualitas makanan yang diberikan					
16.	Menurut saya, kualitas makanan yang saya dapatkan sepadan dengan harga yang dibayar					
17.	Harga menu di rumah makan ini cukup kompetitif dibandingkan rumah makan lain yang sejenis					
18.	Dibandingkan tempat lain, harga yang ditawarkan rumah makan ini lebih menarik bagi saya					
D.	Keputusan Pembelian					
19.	Saya tertarik memilih rumah makan ini karena variasi menu yang tersedia cukup beragam					
10.	Menu yang disediakan di rumah makan ini sesuai dengan keinginan dan selera saya					
21.	Saya lebih memilih rumah makan ini dibandingkan dengan rumah makan lain yang sejenis					
22.	Lingkungan serta lokasi rumah makan ini membuat saya tertarik untuk berkunjung					
23.	Saya berniat untuk kembali membeli makanan di rumah makan ini pada waktu yang akan datang					
24.	Saya bersedia merekomendasikan rumah makan ini kepada orang lain dan berkunjung kembali					

Lampiran 2 Hasil Kuesioner X1

No. Responden	Inovasi Produk (X1)						TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	5	4	4	4	4	5	26
3	5	4	4	4	4	5	26
4	4	5	4	4	4	5	26
5	5	4	5	4	4	5	27
6	5	4	5	4	4	5	27
7	4	4	5	4	4	5	26
8	5	5	5	5	5	5	30
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	4	24
11	5	4	4	4	4	4	25
12	5	4	4	4	4	5	26
13	4	5	5	5	5	5	29
14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	4	4	5	25
18	4	4	4	4	4	5	25
19	4	5	4	4	4	5	26
20	4	4	4	4	4	5	25
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	5	25
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	5	5	5	5	5	29
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	5	25
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	5	4	4	4	5	26
35	4	4	4	4	4	4	24

36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	4	4	24
38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	5	5	4	5	27
42	4	5	4	4	4	4	25
43	4	5	5	5	5	5	29
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	5	25
47	4	4	4	4	4	5	25
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	5	4	4	4	4	25
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	4	5	4	4	25
55	4	4	4	5	4	4	25
56	4	4	5	4	4	5	26
57	5	5	4	4	5	4	27
58	4	5	5	4	5	5	28
59	5	5	4	5	5	4	28
60	4	4	4	4	4	5	25
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	5	4	4	5	26
63	4	4	5	4	4	5	26
64	4	5	4	5	4	4	26
65	4	4	5	4	4	5	26
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	4	4	4	4	24
68	5	5	5	5	5	5	30
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	4	5	25
71	4	4	4	4	4	5	25
72	4	4	4	4	4	5	25
73	4	5	4	3	5	4	25
74	5	5	5	5	5	5	30

75	4	4	4	5	4	4	25
76	4	5	4	4	4	4	25
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	5	5	4	4	5	27
80	4	5	4	4	4	4	25
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	4	4	4	24
83	5	5	5	5	5	5	30
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	4	4	4	5	25
86	4	4	4	4	4	5	25
87	4	4	4	4	4	5	25
88	4	5	5	4	5	4	27
89	5	5	5	4	5	4	28
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	5	5	4	4	5	27
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	5	4	5	26
94	4	5	4	5	4	4	26
95	4	4	4	5	4	4	25
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	4	4	4	24
98	5	5	5	5	5	5	30
99	4	4	4	4	4	4	24
100	4	5	5	5	5	5	29
101	5	5	5	5	5	5	30
102	4	4	4	4	4	4	24
103	4	5	4	4	4	4	25
104	5	4	4	4	4	4	25
105	4	4	5	4	4	5	26
106	4	5	4	4	4	4	25
107	4	4	5	4	4	4	25
108	4	4	4	4	5	4	25
109	4	4	4	4	4	4	24
110	5	5	5	3	5	5	28
111	4	4	4	4	4	4	24
112	4	4	5	5	4	4	26
113	4	4	5	4	4	4	25

114	4	4	4	5	4	4	25
115	4	5	5	5	5	5	29
116	5	4	5	5	5	5	29
117	4	4	4	4	4	4	24
118	4	4	4	4	4	4	24
119	4	4	4	4	4	4	24
120	4	4	4	4	4	4	24
121	4	5	4	4	4	4	25
122	5	4	5	4	4	5	27
123	4	4	5	5	4	5	27
124	4	4	4	5	4	4	25
125	4	4	4	3	4	4	23

Lampiran 3 Hasil Kuesioner X2

No. Responden	Strategi Digital Marketing (X2)						TOTAL
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	4	4	4	5	4	5	26
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	5	5	4	5	27
4	4	5	4	4	4	4	25
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	5	5	5	5	30
9	4	4	4	5	4	5	26
10	4	4	5	5	4	5	27
11	4	4	5	4	4	4	25
12	4	4	4	5	4	5	26
13	4	5	3	5	5	5	27
14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	5	5	4	4	4	26
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	5	4	4	4	4	25
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	5	5	4	5	4	27
26	5	5	5	4	5	4	28
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	5	5	5	5	5	29
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	5	4	25
32	4	4	5	5	4	5	27
33	4	4	5	4	4	4	25
34	4	5	4	4	4	4	25
35	5	4	5	4	4	4	26
36	4	4	4	4	4	4	24

37	4	4	4	4	4	4	24
38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	5	3	5	5	5	27
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	3	4	3	22
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	5	4	4	4	25
49	4	5	4	4	4	4	25
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	5	4	4	4	25
55	4	5	5	4	4	4	26
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	5	5	5	5	5	29
59	5	5	5	5	5	5	30
60	4	4	4	5	4	5	26
61	4	4	4	5	4	5	26
62	4	4	5	5	4	5	27
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	5	4	5	4	5	27
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	5	4	5	26
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	5	4	4	4	4	25
69	4	4	5	4	4	4	25
70	4	5	4	4	4	4	25
71	4	4	4	4	4	4	24
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	4	4	4	4	24

76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	5	5	5	5	5	29
78	5	5	5	5	5	5	30
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	5	4	5	26
82	4	4	4	5	4	5	26
83	4	5	4	4	4	4	25
84	4	4	5	4	4	4	25
85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	4	4	4	4	24
87	5	5	5	5	5	5	30
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	4	4	5	4	25
90	4	4	4	5	4	5	26
91	4	4	4	5	4	5	26
92	4	5	5	5	5	5	29
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	4	4	5	4	5	27
95	4	5	4	4	4	4	25
96	4	4	5	4	4	4	25
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	5	4	4	4	4	25
99	4	4	5	5	5	5	28
100	5	5	5	4	4	4	27
101	4	4	4	4	4	4	24
102	5	5	5	5	5	5	30
103	4	4	4	4	4	4	24
104	4	4	4	4	4	4	24
105	4	4	4	4	4	4	24
106	4	4	4	5	4	5	26
107	4	5	5	5	5	5	29
108	5	5	5	5	5	5	30
109	4	4	4	4	4	4	24
110	4	4	4	4	4	4	24
111	4	4	4	4	4	4	24
112	4	4	4	4	4	4	24
113	4	5	4	4	4	4	25
114	4	4	4	4	4	4	24

115	4	4	4	4	4	4	24
116	4	4	4	4	4	4	24
117	5	5	5	5	5	5	30
118	4	4	5	4	4	4	25
119	4	4	4	4	4	4	24
120	4	4	4	5	4	5	26
121	4	4	5	4	4	4	25
122	4	5	5	5	5	5	29
123	5	5	5	5	5	5	30
124	4	5	5	5	4	5	28
125	4	4	4	5	4	5	26

Lampiran 4 Hasil Kuesioner X3

No. Responden	Strategi Harga (X3)						TOTAL
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	4	4	4	5	4	4	25
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	5	5	4	5	27
4	4	5	4	4	4	4	25
5	4	4	4	4	4	5	25
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	4	5	25
8	5	5	5	5	5	4	29
9	4	4	4	5	4	5	26
10	4	4	5	5	4	4	26
11	4	4	5	4	4	5	26
12	4	4	4	5	4	4	25
13	4	5	3	5	5	4	26
14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	4	4	5	25
17	4	4	4	4	4	5	25
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	5	5	4	4	4	26
20	4	4	4	4	4	5	25
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	5	4	4	4	5	26
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	5	5	4	5	4	27
26	5	5	5	4	5	5	29
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	5	5	5	3	5	27
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	5	4	25
32	4	4	5	5	4	5	27
33	4	4	5	4	4	4	25
34	4	5	4	4	4	4	25
35	5	4	5	4	4	5	27
36	4	4	4	4	4	4	24

37	4	4	4	4	4	4	24
38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	4	4	4	5	25
43	4	5	3	5	5	4	26
44	5	5	5	5	5	4	29
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	3	4	5	24
47	4	4	4	4	4	5	25
48	4	4	5	4	4	5	26
49	4	5	4	4	4	4	25
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	5	4	4	4	25
55	4	5	5	4	4	5	27
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	5	25
58	4	5	5	5	5	4	28
59	5	5	5	5	5	4	29
60	4	4	4	5	4	4	25
61	4	4	4	5	4	5	26
62	4	4	5	5	4	4	26
63	4	4	4	4	4	5	25
64	4	5	4	5	4	4	26
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	5	4	4	25
67	4	4	4	4	5	5	26
68	4	5	4	4	4	4	25
69	4	4	5	4	5	5	27
70	4	5	4	4	4	4	25
71	4	4	4	4	4	4	24
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	4	4	4	5	25

76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	5	5	4	4	4	26
78	5	5	5	5	5	4	29
79	4	4	4	4	4	5	25
80	4	4	4	4	4	5	25
81	4	4	4	5	4	4	25
82	4	4	4	5	4	4	25
83	4	5	4	5	4	5	27
84	4	4	5	4	5	4	26
85	4	4	4	4	4	5	25
86	4	4	4	4	4	4	24
87	5	5	5	5	5	5	30
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	4	4	5	4	25
90	4	4	4	5	4	4	25
91	4	4	4	5	4	5	26
92	4	5	5	5	5	4	28
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	4	4	5	4	5	27
95	4	5	4	4	4	4	25
96	4	4	5	4	4	4	25
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	5	4	4	4	4	25
99	4	4	5	5	5	4	27
100	5	5	5	4	4	5	28
101	4	4	4	4	4	4	24
102	5	5	5	5	5	5	30
103	4	4	4	4	4	4	24
104	4	4	4	4	4	5	25
105	4	4	4	4	4	4	24
106	4	4	4	5	4	5	26
107	4	5	5	5	5	4	28
108	5	5	5	5	5	5	30
109	4	4	4	4	4	4	24
110	4	4	4	4	4	4	24
111	4	4	4	4	4	4	24
112	4	4	4	4	4	4	24
113	4	5	4	4	4	4	25
114	4	4	4	4	4	4	24

115	4	4	4	4	4	4	24
116	4	4	4	4	4	4	24
117	5	5	5	5	5	5	30
118	4	4	5	4	4	4	25
119	4	4	4	4	4	4	24
120	4	4	4	5	4	4	25
121	4	4	5	4	4	4	25
122	4	5	5	5	5	4	28
123	5	5	5	5	5	5	30
124	4	5	5	5	4	5	28
125	4	4	5	5	4	5	27

Lampiran 5 Hasil Kuesioner Y

No. Responden	Keputusan Pembelian (Y)						TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	5	4	4	4	5	26
3	4	4	5	4	4	4	25
4	4	5	5	4	5	4	27
5	4	4	5	4	4	4	25
6	4	4	5	4	5	4	26
7	4	4	4	4	4	5	25
8	5	5	5	5	5	5	30
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	3	23
11	4	4	5	4	4	4	25
12	4	4	4	4	4	5	25
13	4	5	5	5	5	5	29
14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	4	5	4	4	25
16	4	4	4	4	5	5	26
17	4	5	4	5	4	5	27
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	5	5	4	4	5	27
20	4	4	4	4	5	4	25
21	4	4	4	4	4	5	25
22	4	4	4	4	4	5	25
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	5	4	4	4	25
25	4	4	5	4	4	4	25
26	4	4	4	5	4	5	26
27	5	4	4	4	5	4	26
28	4	5	5	5	5	5	29
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	5	5	26
32	4	4	5	4	4	5	26
33	4	4	4	5	4	4	25
34	4	5	4	4	4	5	26
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	5	25

37	4	4	4	4	4	5	25
38	5	5	3	5	5	5	28
39	4	4	4	5	4	4	25
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	5	25
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	5	5	5	5	5	29
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	4	4	5	25
48	4	4	4	4	4	5	25
49	4	5	4	4	4	5	26
50	4	4	5	4	4	4	25
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	4	5	25
56	4	4	4	4	5	4	25
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	5	5	5	5	5	29
59	5	5	5	5	5	5	30
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	4	5	25
62	4	4	4	4	4	5	25
63	4	4	4	5	4	4	25
64	4	5	4	4	4	5	26
65	4	4	4	5	4	5	26
66	4	4	4	4	4	5	25
67	4	4	5	4	4	4	25
68	4	5	4	5	4	5	27
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	4	4	4	4	24
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	4	4	4	5	4	25
74	4	4	5	4	4	5	26
75	4	5	5	4	4	5	27

76	5	4	4	4	4	4	25
77	4	5	5	5	5	5	29
78	5	5	5	5	5	5	30
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	5	4	4	4	5	26
81	4	4	5	4	4	4	25
82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	5	5	4	4	5	27
84	4	4	4	4	4	5	25
85	4	4	4	4	5	4	25
86	4	4	4	4	4	4	24
87	5	5	5	5	5	5	30
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	4	3	4	4	23
90	4	5	4	4	4	5	26
91	4	4	4	4	4	4	24
92	4	5	5	5	5	5	29
93	5	5	5	5	5	5	30
94	4	4	4	4	4	5	25
95	4	4	4	4	5	4	25
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	5	4	4	4	5	26
99	4	4	4	4	5	4	25
100	4	4	4	4	4	5	25
101	4	4	4	4	4	4	24
102	5	5	5	5	5	5	30
103	4	4	4	4	4	4	24
104	4	4	4	4	4	4	24
105	4	4	4	4	4	4	24
106	4	4	4	4	4	4	24
107	4	5	4	5	5	5	28
108	5	5	5	4	5	5	29
109	4	4	4	4	4	4	24
110	4	4	4	4	5	4	25
111	4	4	4	4	4	5	25
112	4	4	4	4	4	4	24
113	4	5	4	4	4	5	26
114	4	4	4	4	4	4	24

115	4	4	4	4	4	4	24
116	4	4	4	4	4	4	24
117	4	5	4	5	5	5	28
118	4	4	5	4	4	4	25
119	4	4	4	4	5	4	25
120	5	4	4	4	5	5	27
121	4	4	5	4	4	4	25
122	4	5	5	5	5	5	29
123	5	5	5	5	5	5	30
124	4	5	4	4	4	5	26
125	4	4	4	5	5	4	26

Lampiran 6 Tabel R

N	df (N-2)	r tabel 5% (0.05)	r tabel 1% (0.01)
10	8	0,632	0,765
11	9	0,602	0,735
12	10	0,576	0,708
13	11	0,553	0,684
14	12	0,532	0,661
15	13	0,514	0,641
16	14	0,497	0,623
17	15	0,482	0,606
18	16	0,468	0,59
19	17	0,456	0,575
20	18	0,444	0,561
21	19	0,433	0,549
22	20	0,423	0,537
23	21	0,413	0,526
24	22	0,404	0,515
25	23	0,396	0,505
26	24	0,388	0,496
27	25	0,381	0,487
28	26	0,374	0,479
29	27	0,367	0,471
30	28	0,361	0,463
31	29	0,355	0,456
32	30	0,349	0,449
33	31	0,344	0,442
34	32	0,339	0,436
35	33	0,334	0,43
36	34	0,329	0,424
37	35	0,325	0,418
38	36	0,32	0,413
39	37	0,316	0,408
40	38	0,312	0,403
41	39	0,308	0,398
42	40	0,304	0,393
43	41	0,301	0,389
44	42	0,297	0,384
45	43	0,294	0,38
46	44	0,291	0,376

47	45	0,288	0,372
48	46	0,285	0,368
49	47	0,282	0,365
50	48	0,279	0,361
51	49	0,276	0,358
52	50	0,273	0,354
53	51	0,271	0,351
54	52	0,268	0,348
55	53	0,266	0,345
56	54	0,263	0,341
57	55	0,261	0,339
58	56	0,259	0,336
59	57	0,256	0,333
60	58	0,254	0,33
61	59	0,252	0,327
62	60	0,25	0,325
63	61	0,248	0,322
64	62	0,246	0,32
65	63	0,244	0,317
66	64	0,242	0,315
67	65	0,24	0,313
68	66	0,239	0,31
69	67	0,237	0,308
70	68	0,235	0,306
71	69	0,234	0,304
72	70	0,232	0,302
73	71	0,23	0,3
74	72	0,229	0,298
75	73	0,227	0,296
76	74	0,226	0,294
77	75	0,224	0,292
78	76	0,223	0,29
79	77	0,221	0,288
80	78	0,22	0,286
81	79	0,219	0,285
82	80	0,217	0,283
83	81	0,216	0,281
84	82	0,215	0,28
85	83	0,213	0,278

86	84	0,212	0,276
87	85	0,211	0,275
88	86	0,21	0,273
89	87	0,208	0,272
90	88	0,207	0,27
91	89	0,206	0,269
92	90	0,205	0,267
93	91	0,204	0,266
94	92	0,203	0,264
95	93	0,202	0,263
96	94	0,201	0,262
97	95	0,2	0,26
98	96	0,199	0,259
99	97	0,198	0,258
100	98	0,197	0,256
101	99	0,196	0,255
102	100	0,195	0,254
103	101	0,194	0,253
104	102	0,193	0,252
105	103	0,192	0,25
106	104	0,191	0,249
107	105	0,19	0,248
108	106	0,189	0,247
109	107	0,188	0,246
110	108	0,187	0,245
111	109	0,187	0,244
112	110	0,186	0,242
113	111	0,185	0,241
114	112	0,184	0,24
115	113	0,183	0,239
116	114	0,182	0,238
117	115	0,182	0,237
118	116	0,181	0,236
119	117	0,18	0,235
120	118	0,179	0,234
121	119	0,179	0,233
122	120	0,178	0,232
123	121	0,176	0,231
124	122	0,176	0,231
125	123	0,176	0,23

Lampiran 7 Tabel t

df	t tabel 5% (0.05, two-tailed)	t tabel 1% (0.01, two-tailed)
1	12,706	63,657
2	4,303	9,925
3	3,182	5,841
4	2,776	4,604
5	2,571	4,032
6	2,447	3,707
7	2,365	3,499
8	2,306	3,355
9	2,262	3,25
10	2,228	3,169
11	2,201	3,106
12	2,179	3,055
13	2,16	3,012
14	2,145	2,977
15	2,131	2,947
16	2,12	2,921
17	2,11	2,898
18	2,101	2,878
19	2,093	2,861
20	2,086	2,845
21	2,08	2,831
22	2,074	2,819
23	2,069	2,807
24	2,064	2,797
25	2,06	2,787
26	2,056	2,779
27	2,052	2,771
28	2,048	2,763
29	2,045	2,756
30	2,042	2,75
31	2,04	2,744
32	2,037	2,738
33	2,035	2,733
34	2,032	2,728
35	2,03	2,724
36	2,028	2,719

37	2,026	2,715
38	2,024	2,712
39	2,023	2,708
40	2,021	2,704
41	2,02	2,701
42	2,018	2,698
43	2,017	2,695
44	2,015	2,692
45	2,014	2,69
46	2,013	2,687
47	2,012	2,685
48	2,011	2,682
49	2,01	2,68
50	2,009	2,678
51	2,008	2,676
52	2,007	2,674
53	2,006	2,672
54	2,005	2,67
55	2,004	2,668
56	2,003	2,667
57	2,002	2,665
58	2,002	2,663
59	2,001	2,662
60	2	2,66
61	2	2,659
62	1,999	2,657
63	1,998	2,656
64	1,998	2,655
65	1,997	2,654
66	1,997	2,652
67	1,996	2,651
68	1,995	2,65
69	1,995	2,649
70	1,994	2,648
71	1,994	2,647
72	1,993	2,646
73	1,993	2,645
74	1,993	2,644
75	1,992	2,643

76	1,992	2,642
77	1,991	2,641
78	1,991	2,64
79	1,99	2,64
80	1,99	2,639
81	1,99	2,638
82	1,989	2,637
83	1,989	2,636
84	1,989	2,636
85	1,988	2,635
86	1,988	2,634
87	1,988	2,634
88	1,987	2,633
89	1,987	2,632
90	1,987	2,632
91	1,986	2,631
92	1,986	2,63
93	1,986	2,63
94	1,986	2,629
95	1,985	2,629
96	1,985	2,628
97	1,985	2,627
98	1,984	2,627
99	1,984	2,626
100	1,984	2,626
101	1,984	2,625
102	1,983	2,625
103	1,983	2,624
104	1,983	2,624
105	1,983	2,623
106	1,983	2,623
107	1,982	2,623
108	1,982	2,622
109	1,982	2,622
110	1,982	2,621
111	1,982	2,621
112	1,981	2,62
113	1,981	2,62
114	1,981	2,62

115	1,981	2,619
116	1,981	2,619
117	1,98	2,619
118	1,98	2,618
119	1,98	2,618
120	1,98	2,617
121	1,98	2,617
122	1,98	2,617
123	1,979	2,616
124	1,979	2,616
125	1,979	2,616

Lampiran 8 Tabel F

df2 \ df1	df1=1	df1=2	df1=3	df1=4	df1=5	df1=6	df1=7	df1=8	df1=9	df1=10
df2=1	161,448	199,5	215,707	224,583	230,162	233,986	236,768	238,883	240,543	241,882
df2=2	18,513	19	19,164	19,247	19,296	19,33	19,353	19,371	19,385	19,396
df2=3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845	8,812	8,786
df2=4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041	5,999	5,964
df2=5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,05	4,95	4,876	4,818	4,772	4,735
df2=6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147	4,099	4,06
df2=7	5,591	4,737	4,347	4,12	3,972	3,866	3,787	3,726	3,677	3,637
df2=8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,5	3,438	3,388	3,347
df2=9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,23	3,179	3,137
df2=10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072	3,02	2,978
df2=11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948	2,896	2,854
df2=12	4,747	3,885	3,49	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849	2,796	2,753
df2=13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767	2,714	2,671
df2=14	4,6	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699	2,646	2,602
df2=15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,79	2,707	2,641	2,588	2,544
df2=16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591	2,538	2,494
df2=17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,81	2,699	2,614	2,548	2,494	2,45
df2=18	4,414	3,555	3,16	2,928	2,773	2,661	2,577	2,51	2,456	2,412
df2=19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,74	2,628	2,544	2,477	2,423	2,378
df2=20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447	2,393	2,348
df2=21	4,325	3,467	3,072	2,84	2,685	2,573	2,488	2,42	2,366	2,321
df2=22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397	2,342	2,297
df2=23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,64	2,528	2,442	2,375	2,32	2,275
df2=24	4,26	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355	2,3	2,255
df2=25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,49	2,405	2,337	2,282	2,236
df2=26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321	2,265	2,22
df2=27	4,21	3,354	2,96	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305	2,25	2,204
df2=28	4,196	3,34	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291	2,236	2,19
df2=29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278	2,223	2,177
df2=30	4,171	3,316	2,922	2,69	2,534	2,421	2,334	2,266	2,211	2,165
df2=31	4,16	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255	2,199	2,153
df2=32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244	2,189	2,142
df2=33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235	2,179	2,133
df2=34	4,13	3,276	2,883	2,65	2,494	2,38	2,294	2,225	2,17	2,123
df2=35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217	2,161	2,114
df2=36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209	2,153	2,106
df2=37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,47	2,356	2,27	2,201	2,145	2,098

df2=38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194	2,138	2,091
df2=39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187	2,131	2,084
df2=40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,18	2,124	2,077
df2=41	4,079	3,226	2,833	2,6	2,443	2,33	2,243	2,174	2,118	2,071
df2=42	4,073	3,22	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168	2,112	2,065
df2=43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163	2,106	2,059
df2=44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157	2,101	2,054
df2=45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152	2,096	2,049
df2=46	4,052	3,2	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147	2,091	2,044
df2=47	4,047	3,195	2,802	2,57	2,413	2,299	2,212	2,143	2,086	2,039
df2=48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138	2,082	2,035
df2=49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,29	2,203	2,134	2,077	2,03
df2=50	4,034	3,183	2,79	2,557	2,4	2,286	2,199	2,13	2,073	2,026
df2=51	4,03	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126	2,069	2,022
df2=52	4,027	3,175	2,783	2,55	2,393	2,279	2,192	2,122	2,066	2,018
df2=53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119	2,062	2,015
df2=54	4,02	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115	2,059	2,011
df2=55	4,016	3,165	2,773	2,54	2,383	2,269	2,181	2,112	2,055	2,008
df2=56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,38	2,266	2,178	2,109	2,052	2,005
df2=57	4,01	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106	2,049	2,001
df2=58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,26	2,172	2,103	2,046	1,998
df2=59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,1	2,043	1,995
df2=60	4,001	3,15	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097	2,04	1,993
df2=61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094	2,037	1,99
df2=62	3,996	3,145	2,753	2,52	2,363	2,249	2,161	2,092	2,035	1,987
df2=63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089	2,032	1,985
df2=64	3,991	3,14	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087	2,03	1,982
df2=65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084	2,027	1,98
df2=66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082	2,025	1,977
df2=67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,15	2,08	2,023	1,975
df2=68	3,982	3,132	2,74	2,507	2,35	2,235	2,148	2,078	2,021	1,973
df2=69	3,98	3,13	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076	2,019	1,971
df2=70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074	2,017	1,969
df2=71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072	2,015	1,967
df2=72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,14	2,07	2,013	1,965
df2=73	3,972	3,122	2,73	2,497	2,34	2,226	2,138	2,068	2,011	1,963
df2=74	3,97	3,12	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066	2,009	1,961
df2=75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064	2,007	1,959
df2=76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,22	2,133	2,063	2,006	1,958
df2=77	3,965	3,115	2,723	2,49	2,333	2,219	2,131	2,061	2,004	1,956

df2=78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059	2,002	1,954
df2=79	3,962	3,112	2,72	2,487	2,33	2,216	2,128	2,058	2,001	1,953
df2=80	3,96	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056	1,999	1,951
df2=81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055	1,998	1,95
df2=82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053	1,996	1,948
df2=83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,21	2,122	2,052	1,995	1,947
df2=84	3,955	3,105	2,713	2,48	2,323	2,209	2,121	2,051	1,993	1,945
df2=85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049	1,992	1,944
df2=86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048	1,991	1,943
df2=87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047	1,989	1,941
df2=88	3,949	3,1	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045	1,988	1,94
df2=89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044	1,987	1,939
df2=90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043	1,986	1,938
df2=91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,2	2,112	2,042	1,984	1,936
df2=92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041	1,983	1,935
df2=93	3,943	3,094	2,703	2,47	2,312	2,198	2,11	2,04	1,982	1,934
df2=94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038	1,981	1,933
df2=95	3,941	3,092	2,7	2,467	2,31	2,196	2,108	2,037	1,98	1,932
df2=96	3,94	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036	1,979	1,931
df2=97	3,939	3,09	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035	1,978	1,93
df2=98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034	1,977	1,929
df2=99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033	1,976	1,928
df2=100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032	1,975	1,927
df2=101	3,935	3,086	2,695	2,462	2,304	2,19	2,102	2,031	1,974	1,926
df2=102	3,934	3,085	2,694	2,461	2,303	2,189	2,101	2,03	1,973	1,925
df2=103	3,933	3,085	2,693	2,46	2,303	2,188	2,1	2,03	1,972	1,924
df2=104	3,932	3,084	2,692	2,459	2,302	2,187	2,099	2,029	1,971	1,923
df2=105	3,932	3,083	2,691	2,458	2,301	2,186	2,098	2,028	1,97	1,922
df2=106	3,931	3,082	2,69	2,457	2,3	2,185	2,097	2,027	1,969	1,921
df2=107	3,93	3,081	2,689	2,457	2,299	2,184	2,096	2,026	1,969	1,92
df2=108	3,929	3,08	2,689	2,456	2,298	2,184	2,096	2,025	1,968	1,919
df2=109	3,928	3,08	2,688	2,455	2,298	2,183	2,095	2,024	1,967	1,919
df2=110	3,927	3,079	2,687	2,454	2,297	2,182	2,094	2,024	1,966	1,918
df2=111	3,927	3,078	2,686	2,453	2,296	2,181	2,093	2,023	1,965	1,917
df2=112	3,926	3,077	2,686	2,453	2,295	2,181	2,092	2,022	1,964	1,916
df2=113	3,925	3,077	2,685	2,452	2,295	2,18	2,092	2,021	1,964	1,915
df2=114	3,924	3,076	2,684	2,451	2,294	2,179	2,091	2,021	1,963	1,915
df2=115	3,924	3,075	2,683	2,451	2,293	2,178	2,09	2,02	1,962	1,914
df2=116	3,923	3,074	2,683	2,45	2,293	2,178	2,089	2,019	1,962	1,913
df2=117	3,922	3,074	2,682	2,449	2,292	2,177	2,089	2,018	1,961	1,913

df2=118	3,921	3,073	2,681	2,449	2,291	2,176	2,088	2,018	1,96	1,912
df2=119	3,921	3,072	2,681	2,448	2,29	2,176	2,087	2,017	1,959	1,911
df2=120	3,92	3,072	2,68	2,447	2,29	2,175	2,087	2,016	1,959	1,91
df2=121	3,919	3,071	2,68	2,447	2,289	2,174	2,086	2,016	1,958	1,91
df2=122	3,919	3,071	2,679	2,446	2,289	2,174	2,085	2,015	1,957	1,909
df2=123	3,918	3,07	2,678	2,445	2,288	2,173	2,085	2,014	1,957	1,908
df2=124	3,918	3,069	2,678	2,445	2,287	2,173	2,084	2,014	1,956	1,908
df2=125	3,917	3,069	2,677	2,444	2,287	2,172	2,084	2,013	1,956	1,907

Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian





Lampiran 10 Output SPSS Uji Validitas Inovasi Produk (X1)

Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.365**	.452**	.314**	.581**	.371**	.689**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.2	Pearson Correlation	.365**	1	.433**	.350**	.690**	.266**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.003	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.3	Pearson Correlation	.452**	.433**	1	.424**	.604**	.582**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.4	Pearson Correlation	.314**	.350**	.424**	1	.468**	.271**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.002	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.5	Pearson Correlation	.581**	.690**	.604**	.468**	1	.349**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.6	Pearson Correlation	.371**	.266**	.582**	.271**	.349**	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.002	.000		.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
TOTAL	Pearson Correlation	.689**	.709**	.807**	.655**	.834**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	125	125	125	125	125	125	125

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

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS versi 27

Lampiran 11 Output SPSS Uji Validitas Strategi Digital Marketing (X2)

Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.532**	.540**	.440**	.639**	.440**	.746**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X2.2	Pearson Correlation	.532**	1	.426**	.399**	.666**	.399**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X2.3	Pearson Correlation	.540**	.426**	1	.373**	.509**	.373**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X2.4	Pearson Correlation	.440**	.399**	.373**	1	.567**	1.000**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X2.5	Pearson Correlation	.639**	.666**	.509**	.567**	1	.567**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X2.6	Pearson Correlation	.440**	.399**	.373**	1.000**	.567**	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
TOTAL	Pearson Correlation	.746**	.728**	.695**	.826**	.836**	.826**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	125	125	125	125	125	125	125

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

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS versi 27

Lampiran 12 Output SPSS Uji Validitas Strategi Harga (X3)

Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.532**	.531**	.440**	.612**	.382**	.816**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X3.2	Pearson Correlation	.532**	1	.412**	.399**	.522**	.126	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.161	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X3.3	Pearson Correlation	.531**	.412**	1	.360**	.441**	.268**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.002	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X3.4	Pearson Correlation	.440**	.399**	.360**	1	.433**	.182*	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.042	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X3.5	Pearson Correlation	.612**	.522**	.441**	.433**	1	.116	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.198	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X3.6	Pearson Correlation	.382**	.126	.268**	.182*	.116	1	.503**
	Sig. (2-tailed)	.000	.161	.002	.042	.198		.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
TOTAL	Pearson Correlation	.816**	.713**	.731**	.683**	.735**	.503**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	125	125	125	125	125	125	125

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

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

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS versi 27

Lampiran 13 Output SPSS Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.462**	.369**	.483**	.560**	.319**	.699**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Y2	Pearson Correlation	.462**	1	.454**	.588**	.478**	.635**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Y3	Pearson Correlation	.369**	.454**	1	.369**	.381**	.227*	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.011	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Y4	Pearson Correlation	.483**	.588**	.369**	1	.550**	.409**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Y5	Pearson Correlation	.560**	.478**	.381**	.550**	1	.267**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.003	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Y6	Pearson Correlation	.319**	.635**	.227*	.409**	.267**	1	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.011	.000	.003		.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
TOTAL	Pearson Correlation	.699**	.837**	.644**	.776**	.732**	.677**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	125	125	125	125	125	125	125

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

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

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS versi 27

Lampiran 14 Output SPSS Uji Reliabilitas Inovasi Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.817	6

Lampiran 15 Output SPSS Uji Reliabilitas Strategi Digital Marketing (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.864	6

Lampiran 16 Output SPSS Uji Reliabilitas Strategi Harga (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.777	6

Lampiran 17 Output SPSS Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.817	6

Lampiran 18 Output SPSS Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	44	35,2%
Laki-laki	81	64,8%
Total	125 Orang	100%

Lampiran 19 Output SPSS Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Usia	Jumlah	Persentase
25 tahun ke bawah	84	67,2%
25 tahun ke atas	41	32,8%
Total	125 orang	100%

Lampiran 20 Output SPSS Deskriptif Variabel Inovasi Produk

Hasil Pernyataan X1.1

Rumah makan ini sering melakukan pembaruan pada tampilan atau penyajian produknya					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	100	80.0	80.0	80.0
	SS	25	20.0	20.0	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Hasil Pernyataan X1.2

Perubahan desain atau tampilan produk membuat saya lebih tertarik untuk membeli					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	87	69.6	69.6	69.6
	SS	38	30.4	30.4	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS versi 27

Hasil Pernyataan X1.3

Kualitas makanan yang ditawarkan rumah makan ini terus mengalami peningkatan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	87	69.6	69.6	69.6
	SS	38	30.4	30.4	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS versi 27

Hasil Pernyataan X1.4

Rasa dan mutu makanan di rumah makan ini sesuai dengan harapan saya					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR	3	2.4	2.4	2.4
	S	91	72.8	72.8	75.2
	SS	31	24.8	24.8	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS versi 27

Hasil Pernyataan X1.5

Rumah makan ini menambah variasi menu untuk memenuhi kebutuhan konsumen					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	99	79.2	79.2	79.2
	SS	26	20.8	20.8	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS versi 27

Hasil Pernyataan X1.6

Penampakan jenis menu membuat saya memiliki lebih banyak pilihan saat membeli					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	71	56.8	56.8	56.8
	SS	54	43.2	43.2	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS versi 27

Lampiran 21 Output SPSS Deskriptif Variabel Strategi Digital Marketing

Hasil Pernyataan X2.1

Konten digital yang disajikan oleh rumah makan ini memberikan informasi yang jelas kepada konsumen					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	105	84.0	84.0	84.0
	SS	20	16.0	16.0	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS versi 27

Hasil Pernyataan X2.2

Tampilan konten digital rumah makan ini mampu menarik minat saya					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	84	67.2	67.2	67.2
	SS	41	32.8	32.8	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Hasil Pernyataan X2.3

Rumah makan ini memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR	2	1.6	1.6	1.6
	S	80	64.0	64.0	65.6
	SS	43	34.4	34.4	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Hasil Pernyataan X2.4

Melalui media sosial, saya dapat dengan mudah mengetahui menu maupun informasi dari rumah makan ini					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR	1	.8	.8	.8
	S	79	63.2	63.2	64.0
	SS	45	36.0	36.0	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Hasil Pernyataan X2.5

Promosi yang dilakukan melalui media online, mendorong saya untuk membeli di rumah makan ini					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	96	76.8	76.8	76.8
	SS	29	23.2	23.2	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Hasil Pernyataan X2.6

Informasi promosi yang saya temukan di internet mempengaruhi minat saya untuk melakukan pembelian					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR	1	.8	.8	.8
	S	79	63.2	63.2	64.0
	SS	45	36.0	36.0	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Lampiran 22 Output SPSS Deskriptif Variabel Strategi Harga

Hasil Pernyataan X3.1

Harga makanan yang ditawarkan rumah makan ini masih terjangkau bagi saya					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	105	84.0	84.0	84.0
	SS	20	16.0	16.0	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Hasil Pernyataan X3.2

Saya merasa harga menu di rumah makan ini sesuai dengan kemampuan saya untuk membayar					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	84	67.2	67.2	67.2
	SS	41	32.8	32.8	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Hasil Pernyataan X3.3

Harga yang ditetapkan rumah makan ini seimbang dengan kualitas makanan yang diberikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR	2	1.6	1.6	1.6
	S	79	63.2	63.2	64.8
	SS	44	35.2	35.2	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Hasil Pernyataan X3.4

Menurut saya, kualitas makanan yang saya dapatkan sepadan dengan harga yang dibayar					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR	1	.8	.8	.8
	S	79	63.2	63.2	64.0
	SS	45	36.0	36.0	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Hasil Pernyataan X3.5

Harga menu di rumah makan ini cukup kompetitif dibandingkan rumah makan lain yang sejenis					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR	1	.8	.8	.8
	S	94	75.2	75.2	76.0
	SS	30	24.0	24.0	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Hasil Pernyataan X3.6

Dibandingkan tempat lain, harga yang ditawarkan rumah makan ini lebih menarik bagi saya					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	78	62.4	62.4	62.4
	SS	47	37.6	37.6	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Lampiran 23 Output SPSS Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian

Hasil Pernyataan Y1

Saya tertarik memilih rumah makan ini karena variasi menu yang tersedia cukup beragam					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	107	85.6	85.6	85.6
	SS	18	14.4	14.4	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Hasil Pernyataan Y2

Menu yang disediakan di rumah makan ini sesuai dengan keinginan dan selera saya					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	86	68.8	68.8	68.8
	SS	39	31.2	31.2	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Hasil Pernyataan Y3

Saya lebih memilih rumah makan ini dibandingkan dengan rumah makan lain yang sejenis					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR	1	.8	.8	.8
	S	86	68.8	68.8	69.6
	SS	38	30.4	30.4	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Hasil Pernyataan Y4

Lingkungan serta lokasi rumah makan ini membuat saya tertarik untuk berkunjung					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR	1	.8	.8	.8
	S	92	73.6	73.6	74.4
	SS	32	25.6	25.6	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Hasil Pernyataan Y5

Saya berniat untuk kembali membeli makanan di rumah makan ini pada waktu yang akan datang					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	86	68.8	68.8	68.8
	SS	39	31.2	31.2	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Hasil Pernyataan Y6

Saya bersedia merekomendasikan rumah makan ini kepada orang lain dan berkunjung kembali					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR	1	.8	.8	.8
	S	62	49.6	49.6	50.4
	SS	62	49.6	49.6	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Lampiran 24 Output SPSS Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

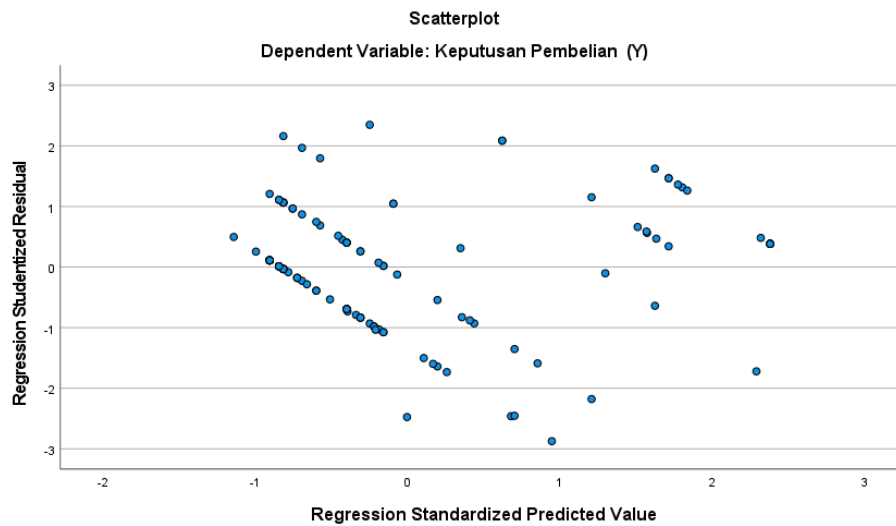
Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.103	125	.002	.981	125	.078

a. Lilliefors Significance Correction

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a				
Model		Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.529		
	Inovasi Produk (X1)	.095	.804	1.244
	Strategi Digital Marketing (X2)	.038	.697	1.434
	Strategi Harga (X3)	.000	.791	1.263

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)



Lampiran 25 Output SPSS Analisis Regresi dan Uji Hipotesis

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.854	1.354		.631	.529		
	Inovasi Produk (X1)	.089	.053	.091	1.684	.095	.804	1.244
	Strategi Digital Marketing (X2)	.130	.062	.121	2.100	.038	.697	1.434
	Strategi Harga (X3)	.733	.053	.752	13.870	.000	.791	1.263

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.854	1.354		.631	.529
	Inovasi Produk (X1)	.089	.053	.091	1.684	.095
	Strategi Digital Marketing (X2)	.130	.062	.121	2.100	.038
	Strategi Harga (X3)	.733	.053	.752	13.870	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	260.402	3	86.801	102.778	.000 ^b
	Residual	102.190	121	.845		
	Total	362.592	124			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Strategi Harga (X3), Inovasi Produk (X1), Strategi Digital Marketing (X2)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.847 ^a	.718	.711	.919	1.860
a. Predictors: (Constant), Strategi Harga (X3), Inovasi Produk (X1), Strategi Digital Marketing (X2)					
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)					