

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG
DI PONDOK ARO'-ARO'
KOTA NGABANG**

SKRIPSI

OLEH:

ADE MUCHAMAD IDHAM YUSRI

NIM. 151310491



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ade Muchamad Idham Yusri
NIM : 151310491

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis untuk diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Pontianak, 15 Juni 2022

Yang Membuat Pernyataan



Ade Muchamad Idham Yusri

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG
DI PONDOK ARO'-ARO'**

Tanggung Jawab Yuridis Kepada :


ADE MUCHAMAD IDHAM YUSRI
NIM. 151310491

Program Studi Manajemen


Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian
Skripsi/Komprehensif
Pada Tanggal : 6 Desember 2021

Majelis Penguji :


Pembimbing Utama


Samsuddin, SE. MSi.
NIDN. 1113117701

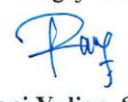
Penguji Utama


Dedi Hariyanto, SE. MM
NIDN. 1113117702

Pembimbing Pembantu


Fita Kurniasari, SMB, MAB
NIDN. 1104079002


Penguji Pembantu


Ryani Yulian, S.Pd, M.Pd
NIDN. 1124069401

Pontianak, 6 Desember 2021

Disahkan Oleh :

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
DEKAN



Dedi Hariyanto, SE, MM
NIDN. 1113117702

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, puji dan syukur atas kehadiran Allah *Subhanahu wa ta'ala* yang maha pengasih lagi maha penyayang yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya sehingga dengan izin-Nya skripsi dengan judul “**Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan di Pondok Aro’-Aro’ di Kota Ngabang**” dapat diselesaikan. Tidak lupa sholawat beserta salam dihaturkan kepada baginda kita Nabi Muhammad *Shallallahu ‘alaihi wa Sallah* yang menjadi idola dan panutan umat manusia dalam menempuh dan meraih kebahagiaan di dunia maupun di akhirat. Penulisan ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak sekali memperoleh bantuan, bimbingan, masukan serta petunjuk dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya dan setulus-tukusnya kepada;

1. Bapak Dr. Doddy Irawan, S.T, M.Eng selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak
2. Bapak Dedi Hariyanto, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
3. Ibu Heni Safitri, SE, MM, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

4. Ibu Neni Triana M, SE, MM, sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta staf seluruh Tenaga Kerja Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
6. Ibu Eli Juhriani sebagai pemilik dari Pondok Aro'-Aro' yang bersedia membantu penulis memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Kedua orang tua tercinta yang telah membesarkan penulis hingga sekarang dan keluarga besar. Yang telah memberikan dukungan baik material, semangat serta doa-doa beliaulah sehingga saya diizinkan oleh Allah *Subhanahu wa ta'ala* untuk dapat menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak
8. Sahabat-sahabat seperjuangan dan rekan-rekan yang tidak bisa disebutkan semuanya, semoga amal baik dari semuanya mendapatkan balasan yang lebih baik dari Allah *Subhanahu wa ta'ala*.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekeurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan demi melengkapi kekeurangan.

Pontianak, 10 Februari 2022
Penulis

Ade Muchamad Idham Yusri

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk dan harga terhadap minat beli ulang pelanggan di Pondok Aro'-Aro' kota Ngabang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Pondok Aro'-Aro' dengan sampel berjumlah 100 orang dengan menggunakan teknik pengumpulan sampel *purposive sampling*. Adapun metode dalam penelitian ini menggunakan uji instrument, asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi (R^2), uji pengaruh simultan (uji F), uji pengaruh Parsial (uji t)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan persamaan regresi yaitu $\hat{Y} = 0,833 + 0,317X_1 + 0,498X_2$. Koefisien korelasi berganda menunjukkan nilai R sebesar 0,714 yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel produk dan harga terhadap minat beli ulang adalah hubungan yang kuat. Koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,510, yang berarti bahwa 51% minat beli ulang dapat dijelaskan oleh produk dan harga sedangkan sisanya yaitu 49% minat beli ulang di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung 50,468 > Ftabel 3,09, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima, artinya produk dan harga secara serentak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pelanggan di Pondok Aro'-Aro'. Hasil uji t menunjukkan nilai variabel produk (X_1) diperoleh t hitung sebesar 3,537 lebih besar dari t tabel 1,998, untuk variabel harga (X_2) diperoleh t hitung sebesar 5,447 lebih besar dari t tabel 1,998, artinya produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pelanggan Pondok Aro'-Aro' kota Ngabang.

Kata Kunci: Produk, Harga, Minat Beli Ulang, Pondok Aro'-Aro'

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Abstrak	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar.....	vii
Daftar Lampiran	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan.....	6
C. Pembatasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Kerangka Pemikiran.....	8
G. Metode Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	23
A. Pemasaran	23
B. Bauran Pemasaran.....	24
C. Produk	25
D. Harga.....	27
E. Minat Beli Ulang.....	28
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	32
A. Sejarah Singkat.....	32
B. Legalitas	32
C. Lokasi Usaha.....	33
D. Struktur Organisasi	33
E. Aspek Dalam pemasaran.....	36
F. Sumber Daya Manusia	36
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Karakteristik Responden	39
B. Analisis Data	42
BAB V PENUTUP.....	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran.....	54
Daftar Pustaka	55

Daftar Tabel

Tabel 1.1	Daftar Rumah Makan di Kota Ngabang 2021	3
Tabel 1.2	Daftar Menu dan Harga Pondok Aro'-Aro'2021	4
Tabel 1.3	Hasil Penjuala 2018-2020	5
Tabel 1.4	Laporan Laba Rugi 2018-2020	6
Tabel 1.5	Skor Pengukuran	16
Tabel 1.6	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	20
Tabel 3.1	Jumlah Pegawai Menurut Jabatan Tahun 2021.....	37
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4.2	Usia Responden.....	40
Tabel 4.3	Pendidikan Responden	40
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	41
Tabel 4.5	Penghasilan Responden.....	41
Tabel 4.6	Variabel Produk	42
Tabel 4.7	Variabel Harga	43
Tabel 4.8	Variabel Minat Beli Ulang	44
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.11	Hasil Uji Linieritas Variabel Produk	46
Tabel 4.12	Hasil Uji Linieritas Variabel Harga	47
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Berganda	48
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda.....	49
Tabel 4.16	Hasil Uji Simultan (F).....	51
Tabel 4.17	Hasil Uji Parsial (t)	51

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	11
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Pondok Aro'-Aro 2021	33

Daftar Lampiran

Lampiran 1. Kuesioner.....	56
Lampiran 2. Data Responden Pondok Aro'-Aro'	59
Lampiran 3. Rekapitulasi Pernyataan Variabel Produk	61
Lampiran 4. Rekapitulasi Pernyataan Variabel Harga.....	64
Lampiran 5. Rekapitulasi Pernyataan Variabel Minat Beli Ulang.....	67
Lampiran 6. Olahan Data SPSS	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zaman yang modern yang semuanya serba praktis dan padatnya aktivitas menyebabkan kebanyakan orang tidak mempunyai waktu untuk mempersiapkan makanan yang umumnya membutuhkan waktu yang cukup lama membuat konsumen memilih cara yang lebih praktis dengan memilih menikmati makanan yang siap saji. Dengan konsep perkembangan ini menjadikan bisnis kuliner cukup menjanjikan karena makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok yang penting dan harus di penuhi setiap hari.

Seiring berkembangnya populasi dan perekonomian di Indonesia membuat pelaku usaha kuliner menjadi lebih reaktif terhadap kemungkinan-kemungkinan akan perubahan perilaku konsumen agar dapat memberikan kesan yang baik kepada konsumen agar konsumen kembali datang untuk melakukan pembelian ulang

Kalimantan Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang berkembang dari segala aspek membuat banyak pelaku usaha yang berada di kota-kota di provinsi ini mengembangkan bisnis mereka, dengan tema yang bertemakan *foodcourt*, pedesaan dan lain-lainya, hal tersebut bertujuan untuk memberikan diferensiasi wisata kuliner yang ditawarkan.

Besarnya peluang dan kesempatan dari pangsa pasar kuliner membuat pelaku usaha mengambil langkah untuk menjalankan bisnis usaha kuliner yang di dukung oleh berkembangnya sumber daya yang ada. Salah satu kota

yang cukup berkembang dari aspek kuliner adalah Kota Ngabang, banyaknya wisata kuliner di kota ini yang mempunyai ciri khas tersendiri, contohnya adalah Pondok Aro'-Aro' menjadi salah satu wisata kuliner yang pantas untuk di singgahi apabila lewat maupun berkunjung di kota Ngabang. Selain dapat menikmati ragam menu maupun minuman di tempat tersebut mempunyai suasana yang nyaman karena terletak dekat dengan Keraton Ismahayana Landak.

Menu yang menjadi andalannya adalah Aro'-Aro' yang merupakan ide dari nama tempatnya sendiri, selain itu menu khas masyarakat Kalimantan Barat lainnya berupa Bubur Pedas dan lainnya menjadi pilihan untuk memanjakan lidah dan membawa nostalgia kampung halaman, menu makanan lainnya juga menjadi pelengkap untuk memperkaya pilihan para pelanggan.

Dengan harga yang kompetitif para konsumen dapat menikmati menu-menu andalan dari Pondok Aro'-Aro' dengan harga mulai dari Rp 5.000,00 hingga Rp 60.000,00 yang dimana harga tersebut sudah jadi kebijakan terbaik yang di tawarkan oleh pihak Pondok Aro'-Aro'.

Daftar rumah makan yang di Ngabang dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1
Badan Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Landak
Daftar Rumah Makan di Kota Ngabang
Tahun 2021

No	Nama Wajib Pajak	Nama Usaha	Alamat
1	Eli Juhriana	Pondok Aro' – Aro'	Jl. P. Cinata Kusuma
2	Uki Bazuki	Tinzky Family	Jl. P. Sancanata Kusuma
3	Siti Rondiyah	Sudi Mampir 2	Jl. Pemuda
4	Azima	RM. Kartiasa	Jl. Afandi Arani
5	Juwita	RM. Tanjung Petai	Hilir Tengah
6	Boni Mulyana	Dangau Landak	Hilir Kantor
7	Moh Misbah	RM. Rangkiang	Pasar Jati
8	Agustina	Rombo Katio	Hilir Tengah
9	Dailami Umar	Nasi Pedas Bu Wati	Jl. Raya Ngabang
10	Diah Umami	Tepian Landak RM.	Jl. Pulau Bendu

Sumber : Badan Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Landak, 2021

Pada Tabel 1.1 di atas dapat dilihat Pondok Aro'-Aro' merupakan salah satu tempat makan yang ada di kota Ngabang dan sekaligus merupakan tempat saya melakukan penelitian.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Eli Juhriani, Pondok Aro'-Aro' Berdiri Sejak tahun 2015, Usaha ini di kelola oleh Eli Juhriana berserta keluarganya. Dalam menjalankan usaha ini Ibu Eli dan keluarga memulai usaha mereka dengan membuat produk/makanan unggulan yang jarang di jual oleh tempat usaha makanan lainya dan menjadikanya menu utama mereka sendiri yaitu Aro'-Aro' sebagai nama tempat usaha mereka. Aro'-Aro' adalah masakan yang berupa asam pedas berbahan daging sapi dengan bumbu khasnya sendiri dan memiliki kuah yang lebih kental dari pada asam pedas pada umumnya. Bahan yang di gunakan adalah bahan yang segar, berkualitas baik dan ragam menu yang ditawarkan menjadi salah satu keunggulan bagi Pondok Aro'-Aro'.

Menurut ibu Eli Juhriani, antusiasme masyarakat merespon positif atas usaha yang beliau dan keluarga mulai, dikarenakan kurangnya usaha makanan di sekitaran kota ngabang yang menjual jenis makanan tradisional.

Untuk menu-menu yang ditawarkan dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2
Pondok Aro' Aro' Ngabang
Daftar Menu dan Harga

NO	Nama Menu	Satuan	Harga (Rp)	Jenis
1	Aro' – Aro'	Porsi	40.000,00	Makanan
2	Asam Pedas Nila	Ekor	30.000,00	Makanan
3	Asam Pedas Ayam Kampung	Porsi	60.000,00	Makanan
4	Nila Asam Manis	Ekor	30.000,00	Makanan
5	Cappucino Cincau	Gelas	8.000,00	Minuman
6	Es Cendol	Gelas	10.000,00	Minuman
7	Es The	Gelas	5.000,00	Minuman
8	Es Jeruk Besar	Gelas	10.000,00	Minuman

Sumber : Daftar Menu Pondok Aro'-Aro', 2021

Pada Tabel 1.2 di atas terdapat menu makanan dan minuman, salah satu menu andalan mereka adalah Aro'- Aro' yang merupakan ide dari nama usaha kuliner ini sendiri, Dari segi makanan pihak Pondok Aro'-Aro' menyediakan harga Rp. 10.000,00 sampai dengan Rp. 60.000,00. Harga yang ditawarkan cukup bersahabat serta dengan adanya diskon 10% pada bulan ramadhan dan kepada pelanggan yang sering berkunjung Pondok Aro'-Aro' memberikan potongan harga sebesar 10% setiap pembelian minimal Rp 100.000,00 membuat Pondok Aro'-Aro' diminati oleh semua kalangan, yang dimana merangsang keinginan untuk melakukan pembelian ulang pelanggan lebih tinggi.

Sedangkan untuk total penjualan Pondok Aro'-Aro' untuk Lebih jelasnya akan di jelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.3
Pondok Aro'- Aro' Ngabang
Total Penjualan
2018-2020

Tahun	Jumlah Penjualan (Rupiah)
2018	243.687.000
2019	261.972.000
2020	203.213.000

Sumber : Pondok Aro'-Aro, 2021

Dari tabel di atas dijelaskan bahwa penjualann pada Tahun 2019 Mengalami kenaikan sebesar 9,7% dari tahun 2018 dan pada Tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 22,4% dari tahun 2019, penurunan yang di akibatkan wabah Covid-19 yang mulai memasuki Indonesia pada Awal Maret 2020.

Untuk laporan laba rugi Pondok Aro'-Aro' akan dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.4
Pondok Aro'-Aro' Ngabang
Laporan Ringkasan Laba Rugi
2018-2020

Keterangan	Tahun		
	2018	2019	2020
	(Dalam Rupiah)	(Dalam Rupiah)	(Dalam Rupiah)
Hasil Penjualan	243.687.000,00	261.972.000,00	203.213.000,00
Biaya Produksi			
Bahan Baku dan Bahan Pembantu	146.500.000,00	156.755.000,00	130.480.000,00
Upah Tenaga Kerja	30.000.000,00	30.000.000,00	7.500.000,00
Biaya Oprasional	5.200.000,00	5.450.000,00	4.320.000,00
Total Biaya Usaha	181.700.000,00	192.205.000,00	142.300.000,00
Laba Bersih	61.987.000,00	69.767.000,00	60.913.000,00

Sumber: Pondok Aro'-Aro' Ngabang, 2021

Dari tabel di atas dijelaskan bahwa laba pada tahun 2018 dan tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 12,5 % tetapi pada tahun 2019 dan tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 12,6 %.

Meskipun mengalami perubahan volume penjualan, hal tersebut tidak menjami kalau bisnis tersebut di katakana menurun, karena beberapa hal menjadi faktor-faktor tertentu seperti kenaikan biaya operasional, bahan baku dan lain sebagainya, tetapi dalam penelitian ini peneliti ingin memfokuskan untuk mengetahui sejauh mana “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan di Pondok Aro'-Aro’”.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah yang di uraikan sebelumnya, maka permasalahan penelitian ini sebagai berikut, apakah Produk dan Harga

berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen di Pondok Aro'-Aro' Kota Ngabang.

C. Pembatasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan untuk membatasi permasalahan yang terlalu kompleks, sehingga tidak akan menimbulkan kesulitan dalam mengadakan penelitian, maka batasan pada penulisan ini adalah:

1. Produk yang terdiri dari :
 - a. Ragam
 - b. Kualitas Produk
 - c. Layanan
2. Harga yang di tawarkan yang terdiri dari :
 - a. Daftar Harga
 - b. Diskon
 - c. Potongan harga
3. Minat beli ulang konsumen, dimana konsumen melakukan pembelian kembali terdorong oleh:
 - a. Minat transaksional
 - b. Minat referensial
 - c. Minat preferensial
 - d. Minat eksploratif

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian diperuntukan untuk menjawab semua masalah yang dikemukakan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen?

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penulisan dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan tentang pengaruh produk dan harga terhadap minat beli ulang konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan referensi dalam mengembangkan produk dan penetapan harga. Disamping itu juga harapannya hasil penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan sejenis yang sesuai dengan objek penelitian.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran tentang kerangka teori tentang minat beli ulang dan menambah referensi di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Pontianak.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:62) : “Produk berarti kombinasi harga dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran”.

Indikator produk menurut Kotler dan Armstrong (2008:62) adalah sebagai berikut :

1. Ragam
2. Kualitas
3. Desain
4. Fitur
5. Nama Merek
6. Kemasan
7. Layanan

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) : “ Harga adalah jumlah yang di tagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”.

Indikator harga menurut Kotler dan Armstrong (2008:62) adalah sebagai berikut :

1. Daftar harga
2. Diskon
3. Potongan Harga
4. Periode Pembayaran
5. Persyaratan Kredit

Menurut Priansa (2017:169) :

Minat pembelian ulang merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Ketika seorang konsumen memperoleh respon positif atas tindakan masa lalu, dari situ akan terjadi penguatan, dengan dimilikinya pemikiran positif atas apa yang diterimanya memungkinkan individu untuk melakukan pembelian secara berulang.

Dimensi minat pembelian konsumen menurut Priansa (2017:168) adalah sebagai berikut:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

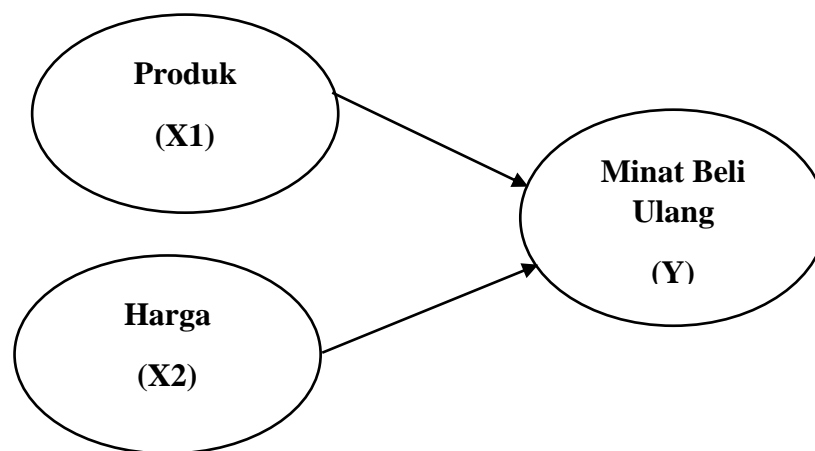
4. Minat eksploratif. minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat prositif dari produk tersebut.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Kenly dan Irvan (2015) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang *Fast Food* Ayam Goreng Tepung di Kalangan Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya menyimpulkan Dari penelitian yang dilakukan, didapatkan bahwa variabel bebas yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara serempak dan simultan terhadap variabel terikat yaitu minat beli ulang (Y). Sedangkan dilihat secara parsial, dijelaskan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang (Y).
2. Muthmainnah dan Madiawati (2019) yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Pada Transmart Carrefour Buah Bahu Bandung menyimpulkan berdasarkan hasil penelitian, variabel bauran pemasaran terdiri dari *produc*, *price*, *place*, *promotion*, *process*, *people* serta *physical evidence* memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli ulang. Secara parsial *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Bedasarkan paparan hasil penelitian di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Menurut Siregar (2017:15) : “Penelitian asosiatif/hubungan merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”. Penelitian asosiatif dalam penelitian ini adalah memberikan gambaran mengenai pengaruh produk dan harga terhadap minat beli ulang.

2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:194) :

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari *setting*-nya, data dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder.

a. Data Primer

Menurut Siregar (2017:37) : “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat obyek penelitian dilakukan”. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui;

1) Wawancara

Menurut Sugiyono (2019:195) : “Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diawancarai”. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak, pada metode ini peneliti mendapatkan informasi dengan bertemu pihak Restoran pondok Aro'-Aro' Kota Ngabang untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan tujuan mendapatkan data yang dapat menjelaskan permasalahan peneliti.

2) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019:199) : “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”. Responden penelitian ini yaitu konsumen Pondok Aro'-Aro’

b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2017:37) : “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengelolanya”. Data sekunder dalam penelitian ini adalah daftar usaha sejenis di sekitaran Pondok Aro'-Aro’ di kota Ngabang, daftar makanan, harga, pendapatan serta laporan laba rugi di Pondok Aro'-Aro’ dan penelitian-penelitian terdahulu sebagai acuan.

3. Polulasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Corper, Donal, R; Schindrler, Pemela S; dalam Sugiyono (2019:126) : “Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi”. Adapun yang menjadi populasi penelitian ini adalah semua konsumen Pondok Aro'-Aro’.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127) : “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Bila populasi besar, dikarenakan keterbatasan dana, tenaga, dan waktu,

maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Untuk jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka digunakan rumus Rao Purba dalam Sujarweni (2015:155) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = *Margin of error* atau kesalahan maksimal yang bisa di

ambil korelasi, disini di tetapkan 10% atau 0,01

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau $Z = 1,96$ dan moe 10% maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416^2}{0,4}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka sampel minimal dalam penelitian ini adalah 96,04 orang. Namun karena ada unsur pembulatan dan untuk mempermudah perhitungan maka penelitian mengambil sampel sebanyak 100 responden

Dalam pengambilan sampel teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019:67) : “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”. Kriteria yang digunakan adalah konsumen yang sudah berkunjung/membeli makanan/minuman di Pondok Aro’-Aro’ lebih dari satu kali dan berumur 17 tahun atau lebih

4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:68) : “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu:

a. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2019:69) : “Variabel ini sering disebut variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah produk (X1) dan harga (X2).

b. Variabel Dependen (Terikat)

Menurut Sugiyono (2019:69) : “ Sering disebut variabel ouput, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi

atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat beli ulang (Y).

5. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2019:146) : “Skala pengukuran likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Responden menjawab pertanyaan dalam 5 (lima) kategori jawaban dengan skor penilaian sebagai berikut:

Tabel 1.5
Skor Pengukuran

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

6. Teknik Analisa Data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2017:75) : “ Uji validitas adalah pengukuran yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ini diukur”. Uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi *Product Moment Pearson*.

Menurut Siregar (2017:77) : “Suatu instrument penelitian dikatakan valid, bila koefisien korelasi product moment $> r$ -tabel ($\alpha ; n-2$) $n =$ jumlah populasi”.

2) Uji Reliabilitas

Menurut siregar (2017:87) : “Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengkuru yang sama pula”.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Alpha Cronchbach* (α). Menurut Siregar (2017:90) : “Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reabel dengan menggunakan teknik ini, koefisien reliabilitas (r) $> 0,6$ ”.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Normalitas

Menurut Siregar (2017:153) : “Tujuan dilakukan uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak “.

Uji normalitas data dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov.

Kritertia pengujian adalah sebagai berikut:

- a) Jika $\text{sig} > 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- b) Jika $\text{sig} \leq 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal.

2) Uji Linieritas

Menurut Siregar (2017:178) : “Tujuan dilakukan uji linieritas adalah untuk mengetahui apakah variabel tak bebas (Y) dan variabel bebas (X) mempunyai hubungan linier”. Uji normalitas dilakukan dengan Test For Linearity. Dengan asumsi:

- a) Jika nilai *Deviation from linearty* $> 0,05$, maka variabel bebas dan variabel terikat berpola linier
- b) Jika nilai *Deviation from linearty* $\leq 0,05$, maka variabel bebas dan variabel terikat tidak berpola linier

3) Uji Multikolinieritas

Menurut Sujarweni (2019:226) : “Multikolinieritas berarti ada hubungan linier sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang independen dari model yang ada”. Menurut Sujarweni (2019:227) : “Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan korelasi antara variabel bebas.

Metode untuk menguji adanya multikolinieritas ini dapat dilihat dari tolerance value atau variance inflation factor (VIF). Batas dari tolerance value $> 0,1$ atau nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Siregar (2017:405) :

Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk

melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*).

Persamaan regresi linier beganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = minat beli ulang

a = konstanta

b_1, b_2 = koefisien regresi

X_1 = produk

X_2 = harga

d. Koefisien Korelasi

Menurut Siregar (2017:337) : “Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel”.

Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antar variabel, maka digunakan kriteria sebagai berikut:

Table 1.6
Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

Nilai Kolerasi (r)	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Siregar (2017:337)

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sujarweni (2019:228) :

Koefisien determinasi (Goodness of fit), yang dinotasikan dengan R^2 merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 menunjukkan seberapa besarnya proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat di jelaskan oleh variabel independen Ghozali (2005).

f. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sujarweni (2019:228) :

Signifikan model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi (sig) di mana jika nilai sig dibawah 0,05 maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji F-statistik digunakan untuk membuktikana adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

Uji F atau uji simultan digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*) secara bersama-sama (simultan). Dimana hipotesis dalam uji ini adalah sebagai berikut:

1) Membuat hipotesis

- a) Pengaruh secara simultan produk dan harga terhadap minat beli ulang

Ho = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara produk dan harga terhadap minat beli ulang.

Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara produk dan harga terhadap minat beli ulang.

Kriteria :

2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

3) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Atau

4) Jika $sig < 0,05$, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

5) Jika $sig > 0,05$, maka Ho diterima dan Ha ditolak

g. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Siregar (2017:410) : “Tujuan dilakukanya uji signifikan secara parsial dua variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*) adalah untuk mengukur secara terpisah dampak yang ditimbulkan dan masing-masing variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*)”. Langkah-langkah dalam uji parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

1) Membuat hipotesis

a) Pengaruh secara parsial produk terhadap minat beli ulang

Ho = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara produk terhadap minat beli ulang.

$H_a =$ Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara produk terhadap minat beli ulang.

b) Pengaruh secara parsial harga terhadap minat beli ulang

$H_o =$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga terhadap minat beli ulang.

$H_a =$ Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga terhadap minat beli ulang.

2) Menentukan taraf signifikan (α)

3) Menentukan t hitung dan t tabel

4) Kaidah pengujian

a) Jika t hitung \leq t tabel, maka H_o diterima dan H_a ditolak.

b) Jika t hitung $>$ t tabel, maka H_o ditolak dan H_a diterima.

atau

a) Jika nilai sig $\leq 0,05$, maka H_o ditolak dan H_a diterima.

b) Jika nilai sig $> 0,05$, maka H_o diterima dan H_a ditolak

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan kuesioner yang disebar, karakteristik responden penelitian ini Sebagian besar berjenis kelamin Wanita dengan presentase 51%, berusia 28-38 tahun dengan presentase 40%, berpendidikan SMA dengan presentase sebesar 50%, pekerjaan sebagai karyawan swasta dengan presentase sebesar 43% dan berpenghasilan sebesar Rp 2.000.000 – Rp 2.999.999 dengan presentase sebesar 24%.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan yaitu, variabel produk dan harga terhadap minat beli ulang Pondok Aro'-Aro' mempunyai hubungan korelasi dengan nilai 0,714 yang dimana terletak di antara 0,60 – 0,799 dikorelasi kuat. Artinya derajat hubungan antara variabel produk dan harga terhadap minat beli ulang berada di kategori korelasi kuat. Selain itu secara simultan dan parsial produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang yang dimana $F_{hitung} 50,486 > F_{tabel} 3,09$, $t_{hitung} (X_1)$ sebesar 3,537 lebih besar dari $t_{tabel} 1,988$ dan $t_{hitung} (X_2)$ 5,447 lebih besar dari $t_{tabel} 1,988$ dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$.

Berdasarkan hasil rangkuman pengujian di atas dapat di simpulkan bahwa produk dan harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang pelanggan di Pondok Aro'-Aro' di Kota Ngabang.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan bahwa produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli pelanggan di Pondok Aro'-Aro', maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada Pondok Aro'-Aro'. Saran tersebut adalah:

1. Melihat hasil pernyataan tentang produk nomor 1 dan 2 tentang “berbagain macam varian makanan dan cita rasa yang enak” dengan nilai rata-rata item paling rendah yaitu (3,52) diantara item pernyataan yang lainnya, oleh karena itu untuk meningkatkan minat beli ulang ada baiknya, pihak Pondok Aro'-Aro' menambahkan varian-varian baru di daftar menu makanan dan meningkatkan cita rasa di makanan yang mereka jual.
2. Melihat hasil pernyataan tentang harga nomor 2 tentang “daftar menu makanan mempunyai keterangan harga” memiliki nilai rata-rata item paling rendah yaitu (3,68) diantara item pernyataan lainnya, oleh karena itu untuk meningkatkan hal tersebut, ada baiknya pihak Pondok Aro'-Aro' lebih memperjelas daftar menu dan keterangan harga yang diberikan.
3. Hasil pernyataan tentang minat beli ulang, nilai rata rata pernyataan terendah terhadat di nomor 5 yaitu “memilih Pondok Aro'-Aro' menjadi destinasi pertama saat mau makan di kota Ngabang” dengarn skor (3,72) untuk menaikan hal tersebut saran yang saya berikan adalah dengan melakukan promosi di berbagai sosial media sehingga di kenal oleh masyarakat dan turis luar.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyadi, I., Hermanto, K., & Siaputra, H. (2015). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang fast food ayam goreng tepung di kalangan mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya. **Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa**, 3(2), 561-573.
- Muthmainnah, M., & Madiawati, P. N. (2019). **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Pada Transmart Carrefour Buah Batu Bandung**. *eProceedings of Management*, 6(1).
- Hurriyati, Ratih. 2018. **Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen**. CV. Alfabeta, Bandung.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Priansa, Donni Juni. 2017. **Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer**. CV. Alfabeta, Bandung.
- Siregar, Syofian. 2017. **Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif**. Penerbit PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono. 2019. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2019. **Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi**. Penerbit PUSTAKABARUPRESS. Bantul, Yogyakarta.
- Suryati, Lili. 2015. **Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan**. Cetakan Pertama. CV Budi Utama, Yogyakarta.

Lampiran 1

KUESIONER

PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PELANGGAN DI PONDOK ARO'-ARO' KOTA NGABANG

Dengan ini saya sampaikan kepada Bapak/Ibu dan mohon bantuannya untuk mengisi seluruh kuesioner yang telah disediakan. Adapun kuesioner ini bertujuan untuk penyusunan skripsi dalam rangka penyelesaian studi S-1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak. Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu untuk meluangkan waktunya dalam pengisian kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

A. Data Peneliti

- | | |
|------------------|----------------------------|
| 1. Nama | : Ade Muchamad Idham Yusri |
| 2. NIM | : 151310491 |
| 3. Jenis Kelamin | : Laki-Laki |
| 4. Program Studi | : Manajemen |
| 5. Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis |
| 6. Universitas | : Muhammadiyah Pontianak |

B. Data Responden

- | | |
|-------------------------|---|
| 1. Jenis Kelamin | : |
| 2. Usia | : |
| 3. Pendidikan Terakhir | : |
| 4. Pekerjaan | : |
| 5. Pendapatan Per Bulan | : |
| 6. Status Perkawinan | : |
| 7. Jumlah Tanggungan | : |
| 8. No Hp | : |

C. Petunjuk

Berilah tanda centang (✓) pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap paling mewakili diri anda di kolom yang telah disediakan. Bapak/Ibu diminta untuk memberikan opini atas pernyataan - pernyataan di bawah ini.

Petunjuk pengisian kuesioner ada 5 alternatif jawaban:

- | | |
|-----|-------------------------------------|
| SS | = Sangat Setuju dengan skor 5 |
| ST | = Setuju dengan skor 4 |
| KS | = Kurang Setuju dengan skor 3 |
| TS | = Tidak Setuju dengan skor 2 |
| STS | = Sangat Tidak Setuju dengan skor 1 |

D. Variabel Penelitian

NO	PERNYATAAN	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
A	Produk (X1)					
1	Pondok Aro'-Aro' memiliki berbagai macam varian makanan					
2	Makanan di Pondok Aro'-Aro' memiliki citarasa yang enak					
3	Pondok Aro'-Aro' mempunyai kualitas makanan yang baik					
4	Penyediaan makanan yang bersih membuat Pondok Aro'-Aro' menjadi pilihan utama					
5	Di Pondok Aro'-Aro' pelayanan yang diberikan sangat ramah					
6	Pondok Aro'-Aro' memberikan pelayanan yang cepat					

B	Harga (X2)					
1	Pondok Aro'-Aro' mempunyai daftar menu makanan yang lengkap					
2	Daftar menu makanan yang disediakan mempunyai keterangan harga					
3	Pondok Aro'-Aro' memberikan diskon di bulan Ramadhan sebesar 10% dengan pembelian minimal Rp 100.000					
4	Pondok Aro'-Aro' memberikan potongan harga sebesar 5% dengan minimal total perbelanjaan diatas Rp 100.000					
5	Pelanggan yang sering berkunjung mendapatkan potongan harga lebih besar dengan potongan sebesar 10% dengan minimal total perbelanjaan diatas Rp 10.000					

NO	PERNYATAAN MINAT BELI ULANG (Y)	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	Minat Transaksional					
1	Saya membeli makanan di Pondok Aro'-Aro' karena citarasa yang enak					
2	Saya bersedia untuk membeli Makanan di Pondok Aro'-Aro' kembali.					

B	Minat Refrensial					
3	Saya sangat senang membicarakan Pondok Aro'-Aro' kepada orang lain					
4	Saya akan merekomendasikan untuk makan di Pondok Aro'-Aro' karena makanan yang di tawarkan berkualitas					
C.	Minat Preferensial					
5	Saya akan memilih Pondok Aro'-Aro' menjadi destinasi pertama apabila saya mau makan di kota Ngabang					
6	Saya menyukai makanan yang ada di Pondok Aro'-Aro' daripada di tempat lain					
D.	Minat Eksploratif					
7	Menurut teman-teman saya Pondok Aro'-Aro' salah satu tempat yang harus di kunjungi apabila beada di kota Ngabang					
8	Pondok Aro'-Aro'dikenal masyrakat mempunyai cita rasa khas tradisional sehingga membuat saya tertarik					

“Terima Kasih atas kesediaan Bapak/ibu mengisi kuesioner ini”

Lampiran 2

Data identitas responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan Perbulan	Status	Jumlah	No HP
						Perkawinan	Tanggungan	
1	Perempuan	27	SMA	Karyawan Swasta	2.700.000	Menikah	1	082149674310
2	Laki-laki	22	SMA	Karyawan Swasta	2.000.000	Menikah	1	
3	Perempuan	27	S1	Wirausaha	1.600.000	Menikah	1	089693711711
4	Laki-laki	32	D3	Karyawan Swasta	3.600.000	Menikah	1	
5	Laki-laki	26	SMA	Karyawan Swasta	3.000.000	Belum Menikah	1	081258599599
6	Laki-laki	33	SMA	PNS	3.000.000	Menikah	2	082149117767
7	Perempuan	18	SMA	Karyawan Swasta	2.500.000	Belum Menikah	0	0895411712716
8	Perempuan	33	SMA	Wirausaha	2.000.000	Menikah	3	082245527316
9	Laki-laki	40	SMA	Karyawan Swasta	3.200.000	Menikah	4	081652457231
10	Perempuan	29	S1	Wirausaha	2.800.000	Menikah	2	
11	Perempuan	39	SMA	Wirausaha	3.000.000	Menikah	3	082151785816
12	Laki-laki	27	S1	Karyawan Swasta	3.800.000	Menikah	1	085545153617
13	Perempuan	45	SMA	Wirausaha	2.000.000	Menikah	4	085245723205
14	Laki-laki	37	S1	PNS	5.000.000	Menikah	2	081617371821
15	Perempuan	29	S1	Karyawan Swasta	2.800.000	Menikah	2	082252413272
16	Laki-laki	43	S1	PNS	5.000.000	Menikah	2	085352210756
17	Perempuan	32	SMA	Karyawan Swasta	3.200.000	Menikah	2	083121514131
18	Laki-laki	24	SMA	Karyawan Swasta	2.900.000	Menikah	1	082245753122
19	Perempuan	20	SMA	Karyawan Swasta	2.750.000	Belum Menikah	0	
20	Perempuan	22	SMA	Karyawan Swasta	2.850.000	Menikah	1	089698357527
21	Perempuan	27	SMA	Wirausaha	2.800.000	Menikah	3	083825387521
22	Perempuan	38	SMA	Karyawan Swasta	3.000.000	Menikah	2	085352753148
23	Perempuan	35	SMA	Wirausaha	5.000.000	Menikah	3	081352844231
24	Perempuan	33	SMA	Wirausaha	1.750.000	Menikah	4	0895338842802
25	Laki-laki	50	D3	Wirausaha	6.900.000	Menikah	4	082342495052
26	Perempuan	20	SMA	Wirausaha	2.500.000	Belum Menikah	1	082144473851
27	Perempuan	34	D4	Pegawai BUMN	4.800.000	Menikah	2	082112342882
28	Laki-laki	25	D3	Karyawan Swasta	4.000.000	Belum Menikah	2	089697309640
29	Perempuan	29	SMA	Wirausaha	2.000.000	Menikah	4	082153897576
30	Laki-laki	23	D3	Pegawai BUMN	4.700.000	Belum Menikah	2	08966973213
31	Laki-laki	45	SD	Wirausaha	6.000.000	Menikah	5	082167473821
32	Perempuan	32	D3	Pegawai BUMN	5.300.000	Menikah	3	089899433421
33	Perempuan	48	S1	PNS	5.250.000	Menikah	4	
34	Laki-laki	21	SMA	Wirausaha	4.900.000	Belum Menikah	2	08968734261
35	Perempuan	22	SMA	Karyawan Swasta	3.000.000	Menikah	1	085252653017
36	Perempuan	29	D3	Pegawai BUMN	4.500.000	Menikah	2	
37	Laki-laki	48	S1	Karyawan Swasta	6.600.000	Menikah	4	
38	Laki-laki	52	S1	Karyawan Swasta	7.000.000	Menikah	5	082148489697
39	Perempuan	32	D4	Wirausaha	6.500.000	Menikah	2	08973096423
40	Laki-laki	38	D4	Karyawan Swasta	5.900.000	Menikah	3	089697309640
41	Laki-laki	51	S1	Karyawan Swasta	6.700.000	Menikah	4	082148089824
42	Laki-laki	33	D3	Karyawan Swasta	6.000.000	Menikah	2	085225178884
43	Laki-laki	19	SMA	Karyawan Swasta	3.250.000	Belum Menikah	0	0895339545327
44	Perempuan	28	D4	PNS	4.700.000	Belum Menikah	1	089697981221
45	Laki-laki	28	S1	PNS	5.000.000	Belum Menikah	2	0895339942823
46	Laki-laki	47	S1	PNS	5.300.000	Menikah	4	081352251414
47	Laki-laki	41	S1	Wirausaha	6.000.000	Menikah	3	085350495123
48	Perempuan	25	S1	PNS	4.500.000	Menikah	1	089698259832
49	Perempuan	29	S1	Karyawan Swasta	3.300.000	Menikah	2	085331352521
50	Laki-laki	40	S1	PNS	6.000.000	Menikah	4	
51	Perempuan	24	S1	Karyawan Swasta	2.850.000	Belum Menikah	0	082243723521
52	Perempuan	30	S1	PNS	5.000.000	Menikah	3	
53	Laki-laki	31	SMA	Karyawan Swasta	5.000.000	Menikah	1	085750398993
54	Laki-laki	27	SMP	Karyawan Swasta	2.500.000	Menikah	2	082251629562
55	Laki-laki	30	SMA	Karyawan Swasta	4.000.000	Menikah	2	
56	Laki-laki	48	S1	PNS	5.500.000	Menikah	3	081327814949
57	Perempuan	27	S1	Karyawan Swasta	3.350.000	Belum Menikah	2	082153439541
58	Perempuan	20	SMA	Karyawan Swasta	2.700.000	Belum Menikah	0	082531757685
59	Laki-laki	32	SMA	Karyawan Swasta	6.000.000	Menikah	3	089685763438
60	Perempuan	28	D3	Karyawan Swasta	5.000.000	Belum Menikah	0	
61	Perempuan	23	D3	Karyawan Swasta	3.200.000	Belum Menikah	2	089823419786
62	Laki-laki	29	SMA	Wirausaha	6.000.000	Belum Menikah	2	085250753805
63	Laki-laki	28	SMA	Karyawan Swasta	5.500.000	Belum Menikah	0	082352040608
64	Perempuan	27	S1	Karyawan Swasta	6.000.000	Belum Menikah	0	082154967750
65	Perempuan	26	SMA	Karyawan Swasta	2.850.000	Menikah	2	082351423875

66	Perempuan	34	S1	Karyawan Swasta	3.000.000	Menikah	2	082247643278
67	Perempuan	30	S1	PNS	5.000.000	Menikah	4	082545334589
68	Laki-laki	34	SD	Wirausaha	2.500.000	Menikah	5	082351413252
69	Laki-laki	23	SMA	Karyawan Swasta	6.000.000	Belum Menikah	0	08978757448
70	Laki-laki	28	SMP	Wirausaha	3.000.000	Menikah	2	082134268448
71	Perempuan	21	SMA	Mahasiswa	700.000	Belum Menikah	0	082120845447
72	Perempuan	27	S1	PNS	4.750.000	Menikah	3	085551387525
73	Perempuan	19	SMA	Mahasiswa	750.000	Belum Menikah	0	081287685162
74	Laki-laki	29	S2	PNS	6.999.999	Menikah	4	082154432233
75	Perempuan	47	SMP	Wirausaha	3.000.000	Menikah	5	
76	Laki-laki	35	SMA	Wirausaha	2.000.000	Menikah	3	085245754621
77	Laki-laki	52	SD	Wirausaha	3.000.000	Menikah	3	082344175852
78	Laki-laki	39	SMA	Karyawan Swasta	4.200.000	Menikah	4	082351423875
79	Perempuan	38	SMA	Wirausaha	1.750.000	Menikah	3	087761526233
80	Laki-laki	23	SMA	Karyawan Swasta	2.500.000	Belum Menikah	1	08969722313
81	Perempuan	39	SD	Wirausaha	3.000.000	Menikah	3	085225341221
82	Perempuan	24	SMA	Karyawan Swasta	2.600.000	Belum Menikah	0	085787486179
83	Perempuan	31	D3	Pegawai BUMN	5.200.000	Belum Menikah	1	
84	Laki-laki	23	SMA	Wirausaha	2.000.000	Belum Menikah	0	085252354516
85	Laki-laki	28	SMA	Pegawai BUMN	5.000.000	Menikah	1	082148816747
86	Laki-laki	37	SMA	Wirausaha	5.000.000	Menikah	4	081251628784
87	Perempuan	34	S1	PNS	4.500.000	Menikah	4	082351423667
88	Perempuan	30	S1	PNS	3.500.000	Menikah	2	089622918300
89	Laki-laki	25	SMA	Wirausaha	1.500.000	Belum Menikah	0	085245742105
90	Laki-laki	25	SMA	Wirausaha	1.950.000	Belum Menikah	2	089532512335
91	Perempuan	18	SMA	Karyawan Swasta	2.500.000	Belum Menikah	0	
92	Perempuan	35	SMA	Karyawan Swasta	60.000.000	Belum Menikah	3	08134305533
93	Laki-laki	25	SMA	Karyawan Swasta	2.600.000	Belum Menikah	0	081244222502
94	Perempuan	23	SMA	Karyawan Swasta	3.600.000	Belum Menikah	2	089694163698
95	Laki-laki	25	SD	Wirausaha	2.500.000	Belum Menikah	0	091253397015
96	Laki-laki	36	S1	PNS	5.200.000	Menikah	2	082158713186
97	Laki-laki	24	SMA	Wirausaha	2.000.000	Menikah	1	082149110736
98	Laki-laki	27	S1	Karyawan Swasta	3.500.000	Menikah	1	082149117431
99	Laki-laki	36	SMA	Karyawan Swasta	4.000.000	Menikah	3	
100	Laki-laki	35	SMA	PNS	3.500.000	Menikah	2	085252102114

Lampiran 3

Rekapitulasi variabel Produk (X1)

NO	PRODUK						TOTAL	RATA"
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		
1	2	2	2	2	2	3	13	2,17
2	4	5	5	4	4	4	26	4,33
3	5	5	4	5	5	5	29	4,83
4	3	3	4	3	3	4	20	3,33
5	5	5	5	4	4	5	28	4,67
6	2	3	4	4	3	3	19	3,17
7	5	4	4	5	4	5	27	4,5
8	4	3	4	4	3	3	21	3,5
9	4	3	3	4	4	4	22	3,67
10	4	3	3	3	4	4	21	3,5
11	2	3	3	3	4	2	17	2,83
12	3	3	4	4	5	4	23	3,83
13	5	5	3	5	5	4	27	4,5
14	3	3	4	4	4	3	21	3,5
15	4	4	2	4	4	3	21	3,5
16	3	3	3	3	4	4	20	3,33
17	5	5	5	5	4	4	28	4,67
18	2	3	4	4	4	5	22	3,67
19	3	3	3	2	4	2	17	2,83
20	4	3	4	3	4	4	22	3,67
21	4	3	3	4	4	4	22	3,67
22	3	3	2	3	3	3	17	2,83
23	2	3	3	2	3	3	16	2,67
24	3	4	4	4	4	3	22	3,67
25	2	2	2	3	4	2	15	2,5
26	3	3	2	2	2	2	14	2,33
27	4	2	2	4	2	4	18	3
28	3	2	2	4	3	3	17	2,83
29	3	3	3	4	4	3	20	3,33
30	2	3	4	4	4	3	20	3,33

31	2	4	4	4	5	3	22	3,67
32	5	5	4	5	4	2	25	4,17
33	3	5	4	3	4	4	23	3,83
34	5	5	5	5	5	5	30	5
35	3	3	3	3	3	4	19	3,17
36	4	3	4	3	4	3	21	3,5
37	4	5	5	5	5	5	29	4,83
38	4	4	4	4	4	3	23	3,83
39	2	2	3	4	4	5	20	3,33
40	4	4	3	4	4	3	22	3,67
41	3	4	4	4	3	3	21	3,5
42	4	3	3	4	4	4	22	3,67
43	3	4	4	3	4	2	20	3,33
44	4	4	3	3	4	5	23	3,83
45	3	4	4	4	3	4	22	3,67
46	3	4	3	4	3	3	20	3,33
47	5	5	5	5	5	4	29	4,83
48	4	5	5	5	4	4	27	4,5
49	5	3	4	4	3	3	22	3,67
50	4	3	3	3	5	5	23	3,83
51	5	5	5	4	5	5	29	4,83
52	3	4	4	4	3	3	21	3,5
53	4	4	4	4	3	3	22	3,67
54	4	3	3	3	3	4	20	3,33
55	4	4	4	3	3	3	21	3,5
56	3	3	4	3	3	3	19	3,17
57	5	4	5	4	4	4	26	4,33
58	3	4	4	4	4	3	22	3,67
59	4	4	4	4	4	4	24	4
60	4	3	4	3	4	2	20	3,33
61	3	4	4	4	5	4	24	4
62	5	5	5	4	4	3	26	4,33
63	3	3	4	3	4	4	21	3,5
64	4	4	3	3	3	5	22	3,67
65	4	3	3	4	4	4	22	3,67
66	3	3	4	4	4	4	22	3,67

67	4	3	3	4	5	4	23	3,83
68	3	4	4	3	4	5	23	3,83
69	3	2	2	4	4	5	20	3,33
70	5	4	4	5	3	3	24	4
71	3	4	4	4	3	3	21	3,5
72	4	4	3	3	4	4	22	3,67
73	3	3	4	4	5	4	23	3,83
74	4	3	3	3	5	5	23	3,83
75	4	3	4	4	4	3	22	3,67
76	2	3	4	4	3	4	20	3,33
77	4	4	4	4	4	4	24	4
78	2	3	2	4	4	3	18	3
79	3	3	2	4	4	4	20	3,33
80	5	4	4	4	4	5	26	4,33
81	5	5	5	4	4	4	27	4,5
82	4	4	4	4	3	3	22	3,67
83	3	3	4	4	4	4	22	3,67
84	4	3	3	3	5	5	23	3,83
85	4	3	3	4	4	3	21	3,5
86	4	4	4	5	5	4	26	4,33
87	4	4	4	5	5	4	26	4,33
88	3	3	3	3	4	3	19	3,17
89	4	3	3	4	4	3	21	3,5
90	2	2	2	2	2	3	13	2,17
91	4	4	4	3	3	3	21	3,5
92	3	3	4	3	3	3	19	3,17
93	2	3	4	4	4	4	21	3,5
94	2	3	3	3	3	3	17	2,83
95	2	2	3	3	3	3	16	2,67
96	4	3	4	4	3	3	21	3,5
97	5	5	5	4	4	5	28	4,67
98	3	3	4	3	3	4	20	3,33
99	3	3	2	2	3	3	16	2,67
100	2	4	4	3	4	5	22	3,67
RATA"	3,52	3,52	3,6	3,7	3,8	3,65		

Lampiran 4

Rekapitulasi variabel Harga (X2)

NO	HARGA					TOTAL	RATA"
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		
1	2	3	2	2	2	11	2,2
2	4	4	4	4	5	21	4,2
3	5	5	4	4	4	22	4,4
4	3	4	3	3	4	17	3,4
5	4	5	5	5	4	23	4,6
6	3	3	4	4	3	17	3,4
7	4	5	5	4	5	23	4,6
8	3	3	4	3	4	17	3,4
9	4	4	4	2	5	19	3,8
10	4	4	3	3	4	18	3,6
11	4	2	4	4	4	18	3,6
12	5	4	5	4	5	23	4,6
13	5	4	5	4	4	22	4,4
14	4	3	4	4	3	18	3,6
15	4	3	4	4	4	19	3,8
16	4	4	3	3	4	18	3,6
17	4	4	5	5	5	23	4,6
18	4	5	4	4	3	20	4
19	4	2	3	3	4	16	3,2
20	4	4	4	5	4	21	4,2
21	4	4	4	4	3	19	3,8
22	3	3	3	3	3	15	3
23	3	3	3	2	2	13	2,6
24	4	3	4	5	4	20	4
25	4	2	4	4	5	19	3,8
26	2	2	2	2	2	10	2
27	2	4	3	4	4	17	3,4
28	3	3	2	2	3	13	2,6
29	4	3	4	4	3	18	3,6
30	4	3	4	3	4	18	3,6
31	5	3	3	4	4	19	3,8
32	4	2	4	3	4	17	3,4

33	4	4	5	4	5	22	4,4
34	5	5	5	5	5	25	5
35	3	4	4	4	4	19	3,8
36	4	3	4	3	5	19	3,8
37	5	5	4	5	5	24	4,8
38	4	3	4	5	4	20	4
39	4	5	3	3	5	20	4
40	4	3	4	4	4	19	3,8
41	3	3	4	3	3	16	3,2
42	4	4	4	4	4	20	4
43	4	2	4	4	5	19	3,8
44	4	5	3	3	4	19	3,8
45	3	4	4	3	3	17	3,4
46	3	3	3	4	4	17	3,4
47	5	4	4	5	5	23	4,6
48	4	4	4	4	4	20	4
49	3	3	4	4	3	17	3,4
50	5	5	4	4	4	22	4,4
51	5	5	5	5	3	23	4,6
52	3	3	3	3	4	16	3,2
53	3	3	3	5	5	19	3,8
54	3	4	4	4	4	19	3,8
55	3	3	3	4	4	17	3,4
56	3	3	4	4	4	18	3,6
57	4	4	4	3	3	18	3,6
58	4	3	3	3	3	16	3,2
59	4	4	4	5	4	21	4,2
60	4	2	4	4	3	17	3,4
61	5	4	5	5	4	23	4,6
62	4	3	3	4	4	18	3,6
63	4	4	4	2	2	16	3,2
64	3	5	4	4	4	20	4
65	4	4	3	4	4	19	3,8
66	4	4	5	5	4	22	4,4
67	5	4	4	4	4	21	4,2
68	4	5	5	4	5	23	4,6

69	4	5	4	4	4	21	4,2
70	3	3	5	5	4	20	4
71	4	3	4	4	4	19	3,8
72	3	3	3	3	4	16	3,2
73	4	4	4	4	4	20	4
74	5	4	4	3	3	19	3,8
75	5	5	4	4	5	23	4,6
76	4	3	5	4	3	19	3,8
77	3	4	4	4	4	19	3,8
78	4	4	4	5	5	22	4,4
79	4	3	4	4	4	19	3,8
80	4	4	4	4	4	20	4
81	4	5	5	4	4	22	4,4
82	4	4	5	5	5	23	4,6
83	3	3	4	3	4	17	3,4
84	4	4	3	4	3	18	3,6
85	5	5	3	3	4	20	4
86	4	3	4	4	4	19	3,8
87	5	4	4	3	5	21	4,2
88	5	4	5	4	4	22	4,4
89	4	3	3	4	3	17	3,4
90	4	3	3	3	4	17	3,4
91	2	3	3	2	2	12	2,4
92	3	3	3	4	4	17	3,4
93	3	3	4	4	4	18	3,6
94	4	4	4	5	5	22	4,4
95	3	3	3	4	3	16	3,2
96	3	3	4	3	3	16	3,2
97	3	3	3	4	4	17	3,4
98	4	5	5	5	5	24	4,8
99	3	4	3	3	3	16	3,2
100	3	3	2	2	3	13	2,6
RATA "	3,8	3,63	3,82	3,78	3,89		

Lampiran 5

Rekapitulasi variabel Minat Beli Ulang (Y)

NO	MINAT BELI ULANG								TOTAL	RATA"
	Y1	Y2	Y3	Y4	4	Y6	Y7	Y8		
1	2	2	2	2	2	2	2	2	16	2
2	5	4	4	5	4	4	5	4	35	4,375
3	5	4	4	5	4	4	5	4	35	4,375
4	3	3	3	3	3	3	4	4	26	3,25
5	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4,875
6	4	3	4	4	3	3	4	3	28	3,5
7	4	5	5	4	4	4	4	5	35	4,375
8	3	3	3	3	4	3	3	4	26	3,25
9	5	5	4	5	4	5	5	4	37	4,625
10	3	3	3	3	4	4	3	3	26	3,25
11	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4,25
12	4	4	4	4	4	5	5	4	34	4,25
13	5	5	5	5	4	5	4	5	38	4,75
14	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4,25
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
16	3	3	3	3	3	3	3	4	25	3,125
17	4	5	5	4	4	4	5	3	34	4,25
18	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4,875
19	3	3	3	2	2	2	3	3	21	2,625
20	4	4	4	4	2	4	4	4	30	3,75
21	4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
22	3	3	2	4	2	3	3	4	24	3
23	2	2	3	3	3	2	2	3	20	2,5
24	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4,125
25	2	5	4	4	4	3	4	3	29	3,625
26	3	3	3	3	3	3	2	2	22	2,75
27	4	4	4	4	2	4	4	2	28	3,5
28	3	3	3	3	3	4	3	4	26	3,25
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
31	3	3	3	4	4	4	5	2	28	3,5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4

33	4	3	4	4	4	5	2	3	29	3,625
34	5	5	5	5	5	5	4	4	38	4,75
35	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4,25
36	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
37	5	4	5	5	4	5	5	5	38	4,75
38	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4,125
39	4	5	3	4	3	5	3	4	31	3,875
40	4	4	3	2	3	3	3	3	25	3,125
41	4	4	3	3	3	3	3	3	26	3,25
42	4	4	4	4	4	5	5	4	34	4,25
43	2	5	5	4	4	4	4	4	32	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
45	3	3	3	4	4	4	5	2	28	3,5
46	3	4	4	3	3	3	2	4	26	3,25
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
48	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4,25
49	4	3	3	4	3	3	4	4	28	3,5
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
51	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4,875
52	4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
54	3	4	5	4	4	5	4	3	32	4
55	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4,875
56	4	3	3	4	4	5	4	4	31	3,875
57	5	4	4	5	5	4	4	4	35	4,375
58	5	5	4	5	4	5	5	4	37	4,625
59	4	4	4	4	2	4	4	4	30	3,75
60	4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
62	5	4	4	5	4	4	5	4	35	4,375
63	4	3	4	3	3	4	4	3	28	3,5
64	2	5	5	4	4	4	4	4	32	4
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
66	3	3	3	4	4	4	5	2	28	3,5
67	3	4	4	3	3	3	2	4	26	3,25
68	5	4	5	4	4	4	4	4	34	4,25

69	4	4	4	4	2	4	4	4	30	3,75
70	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
74	4	4	4	3	4	5	4	4	32	4
75	5	5	4	4	4	3	4	5	34	4,25
76	4	4	4	3	3	3	4	4	29	3,625
77	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4,125
78	3	3	3	4	4	4	4	4	29	3,625
79	4	3	3	4	4	3	4	4	29	3,625
80	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4,875
81	4	5	5	4	4	4	5	3	34	4,25
82	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4,875
83	4	3	3	4	4	5	4	4	31	3,875
84	4	4	4	4	5	4	3	4	32	4
85	4	4	4	4	3	3	4	4	30	3,75
86	4	4	4	4	3	3	4	4	30	3,75
87	4	4	4	3	3	4	4	4	30	3,75
88	2	5	4	4	4	3	4	3	29	3,625
89	5	5	5	5	4	4	5	4	37	4,625
90	4	4	4	4	3	3	4	2	28	3,5
91	2	3	3	3	3	3	2	2	21	2,625
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
93	4	5	3	5	5	4	4	4	34	4,25
94	2	5	4	4	4	4	4	4	31	3,875
95	3	2	2	3	3	3	4	3	23	2,875
96	3	3	2	2	3	3	3	2	21	2,625
97	3	3	3	4	4	4	3	3	27	3,375
98	4	5	5	5	5	5	5	4	38	4,75
99	3	3	3	3	4	3	3	4	26	3,25
100	3	3	3	3	3	3	3	2	23	2,875
RATA"	3,9	3,9	3,9	3,9	3,7	3,9	4	3,8		

Lampiran 6

OLAH DATA SPSS

A. Uji Validas dan Reliabilitas

1. Produk (X1)

a. Validitas

		Correlations						
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	Total_X1
x1.1	Pearson Correlation	1	.591**	.410**	.472**	.303**	.288**	.741**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.002	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1.2	Pearson Correlation	.591**	1	.683**	.497**	.371**	.239*	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1.3	Pearson Correlation	.410**	.683**	1	.468**	.315**	.235*	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.019	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1.4	Pearson Correlation	.472**	.497**	.468**	1	.442**	.256*	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1.5	Pearson Correlation	.303**	.371**	.315**	.442**	1	.423**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1.6	Pearson Correlation	.288**	.239*	.235*	.256*	.423**	1	.577**
	Sig. (2-tailed)	.004	.016	.019	.010	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.741**	.803**	.736**	.727**	.654**	.577**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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. Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.798	6

2. Harga (X2)

a. Validitas

		Correlations					
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	total_X2
x2.1	Pearson Correlation	1	.421**	.486**	.379**	.422**	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	.421**	1	.367**	.269**	.300**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.3	Pearson Correlation	.486**	.367**	1	.591**	.406**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.4	Pearson Correlation	.379**	.269**	.591**	1	.498**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.5	Pearson Correlation	.422**	.300**	.406**	.498**	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
total_X2	Pearson Correlation	.734**	.657**	.776**	.756**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

b. Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.776	5

3. Minat Beli Ulang (Y)

a. Validitas

		Correlations								
		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	Total_Y
y1	Pearson Correlation	1	.473**	.502**	.622**	.340**	.547**	.550**	.547**	.755**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y2	Pearson Correlation	.473**	1	.746**	.606**	.424**	.497**	.502**	.507**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y3	Pearson Correlation	.502**	.746**	1	.634**	.455**	.570**	.542**	.529**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y4	Pearson Correlation	.622**	.606**	.634**	1	.585**	.682**	.714**	.527**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y5	Pearson Correlation	.340**	.424**	.455**	.585**	1	.573**	.449**	.368**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y6	Pearson Correlation	.547**	.497**	.570**	.682**	.573**	1	.584**	.465**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y7	Pearson Correlation	.550**	.502**	.542**	.714**	.449**	.584**	1	.369**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y8	Pearson Correlation	.547**	.507**	.529**	.527**	.368**	.465**	.369**	1	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.755**	.776**	.810**	.870**	.670**	.797**	.768**	.702**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

b. Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.900	8

B. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.35332717
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.046
	Negative	-.036
Test Statistic		.046
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance.		

C. Uji Linearitas

1. Produk ke Minat Beli Ulang

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Unstandardized Residual *Unstandardized Predicted Value	Between Groups	(Combined)	134.241	17	7.897	.491	.951
		Linearity	.000	1	.000	.000	1.000
		Deviation from Linearity	134.241	16	8.390	.521	.929
	Within Groups		1319.508	82	16.092		
Total			1453.749	99			

2. Harga ke Minat Beli Ulang

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Unstandardized Residual *Unstandardized Predicted Value	Between Groups	(Combined)	261.143	14	18.653	1.592	.098
		Linearity	.000	1	.000	.000	1.000
		Deviation from Linearity	261.143	13	20.088	1.715	.072
	Within Groups		995.679	85	11.714		
Total			1256.822	99			

D. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,833	,305		2,726	,008		
	Produk	,317	,090	,313	3,537	,001	,645	1,550
	Harga	,498	,091	,482	5,447	,000	,645	1,550

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

E. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,833	,305		2,726	,008
	Produk	,317	,090	,313	3,537	,001
	Harga	,498	,091	,482	5,447	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

F. Koefisien Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	,714 ^a	,510	,500	3,38772	,510	50,468	2	97	,000

a. Predictors: (Constant), harga, produk

G. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1158.404	2	579.202	50.468	,000 ^b
	Residual	1113.236	97	11.477		
	Total	2271.640	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang
b. Predictors: (Constant), Harga, Poduk

H. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	<u>(Constant)</u>	,833	,305		2,726	,008
	<u>Produk</u>	,317	,090	,313	3,537	,001
	<u>Harga</u>	,498	,091	,482	5,447	,000
a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang						