

Lampiran 1: Kuesioner



Perihal : Mohon bantuan pengisian Kuesioner

Kepada Yth
Bapak/ Ibu
Saudara/ i
Di tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Strata 1, Saya:

Nama : NI WAYAN PUTRI TRISNAWATI
NPM : 2012110129
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
Dosen Pembimbing : Yan Aditiya Pratama M.pd,BI,.MM

Sedang melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN 4C TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MBOK JUM CABANG PRAMUKA ‘**

Oleh karena itu saya mohon kesediaan bapak/ibu, saudara/i untuk mengisi kusioner di bawah ini. Data atau informasi yang terkumpul akan saya jaga kerahasiaannya dan di gunakan hanya untuk kepentingan penyusunan skripsi ini semata. Atas perhatian bapak/ibu, saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Bandar Lampung, Juni 2024
Peneliti

Ni Wayan Putri Trisnawati
201211029

Panduan pengisian pernyataan :

1. Jawablah pernyataan yang diajukan dibawah ini dengan benar dan jujur.
2. Pernyataan harus dijawab semua jangan sampai ada yang terlewatkan, agar data dapat sepenuhnya di olah oleh peneliti.
3. Berilah tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.
4. Keterangan :

Sangat Setuju (5)

Setuju (4)

Cukup Setuju (3)

Tidak Setuju (2)

Sangat Tidak Setuju (1)

KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Nama :.....

2. Usia

- <17 Tahun
- 17-20 Tahun
- 21-25 Tahun
- 26-30 Tahun
- >30 Tahun

3. Jenis Kelamin

- Pria
- Wanita

4. Jenis Pekerjaan

- Pelajar/Mahasiswa
- Wiraswasta
- PNS
- Pegawai swasta
- Lainnya

5. Penghasilan

- 500.000-1.000.000
- 1.000.000-2.500.000
- 2.500.000-5.000.000
- >5.000.000

No.	Instrumen	Skala				
		1	2	3	4	5
Customer Need						
1	Produk mbok jum termasuk dalam kebutuhan sehari hari saya					
2	Produk mbok jum banyak dikenali dan dikonsumsi oleh masyarakat					
3	Cabang mbok jum yang beredar cukup untuk memenuhi kebutuhan saya					
4	Produk mbok jum cocok di konsumsi kapanpun					
Cost						
1	Harga produk mbok jum yang bersaing dengan kompetitor lainnya					
2	Biaya yang saya keluarkan sesuai dengan kualitasnya					
3	Harga produk mbok jum sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					
4	Harga produk mbok jum yng bervariasi					

	sesuai dengan jenis produk					
Convenience						
1	Rasa dari produk mbok jum cenderung lebih nikmat dari kompetitor lainnya					
2	Kemasan dari produk mbok jum aman dan nyaman ketika saya konsumsi					
3	Produk mbok jum memberikan rasa nyaman setelah saya konsumsi					
Communication						
1	Iklan promosi mbok jum menarik dan komunikatif					
2	Saya dapat dengan mudah menemukan media iklan produk mbo jum dimana saja dan kapan saja					
3	Desain kemasan dari produk mbok jum menarik dan variatif					
4	Dalam upaya promosi, produk mbok					

	<p>jum sering memberikan diskon untuk pemesanan nasi kotak</p>					
Minat beli						
1	<p>Saya memilih untuk tetap membeli produk mbok jum setelah membandingkan harga dari produk kompetitor lainnya</p>					
2	<p>Saya membeli produk mbok jum karna rasa ayam bakarnya beda dari yang lain</p>					
3	<p>Saya banyak mendapatkan indormasi mengenai produk mbok jum dari iklan di sosial media yang membuat saya tertarik untuk membelinya</p>					
4	<p>Saya sering melakukan pembelian terhadap produk mbok jum dibandingkan dengan yang lain,saya lebih sering membeli dan</p>					

	mengonsumsi produk mbok jum					
5	Saya sering merasa puas setelah mengonsumsi produk mbok jum					
6	Saya lebih sering membeli dan mengonsumsi produk mbok jum					

Lampiran 2: Hasil Uji Validitas

Customer Need (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
1.	5	5	5	5	20
2.	5	5	5	5	20
3.	5	5	5	5	20
4.	5	5	5	5	20
5.	5	5	5	5	20
6.	5	5	5	5	20
7.	5	5	5	5	20
8.	5	5	5	5	20
9.	5	5	5	5	20
10.	5	5	5	5	20
11.	5	5	5	5	20
12.	5	5	5	5	20
13.	5	5	5	5	20
14.	5	5	5	5	20
15.	5	5	5	5	20
16.	5	5	5	5	20
17.	5	5	5	5	20
18.	5	5	5	5	20
19.	5	5	5	5	20
20.	5	5	5	5	20
21.	5	5	5	5	20
22.	5	5	5	5	20
23.	5	5	5	5	20
24.	5	5	5	5	20

25.	5	5	5	5	20
26.	5	5	5	5	20
27.	5	5	5	5	20
28.	5	5	5	5	20
29.	5	5	5	5	20
30.	5	5	5	5	20
31.	5	5	5	5	20
32.	5	5	5	5	20
33.	5	5	5	5	20
34.	5	5	5	5	20
35.	5	5	5	5	20
36.	5	5	5	5	20
37.	5	5	5	5	20
38.	5	5	5	5	20
39.	5	5	5	5	20
40.	5	5	5	5	20
41.	5	5	5	5	20
42.	5	5	5	5	20
43.	5	5	5	5	20
44.	5	5	5	5	20
45.	5	5	5	5	20
46.	5	5	5	5	20
47.	5	5	5	5	20
48.	5	5	5	5	20
49.	5	5	5	5	20
50.	5	5	5	5	20
51.	5	5	5	5	20
52.	5	5	5	5	20
53.	5	5	5	5	20
54.	5	5	5	5	20
55.	5	5	5	5	20
56.	5	5	5	5	20
57.	5	5	5	5	20
58.	5	5	5	5	20
59.	5	5	5	5	20
60.	5	5	5	5	20
61.	5	5	5	5	20
62.	5	5	5	5	20
63.	5	5	5	5	20
64.	5	5	5	5	20
65.	5	5	5	5	20
66.	5	5	5	5	20
67.	5	5	5	5	20
68.	5	5	5	5	20
69.	5	5	5	5	20
70.	5	5	5	5	20

71.	5	5	5	5	20
72.	5	5	5	5	20
73.	5	5	5	5	20
74.	5	5	5	5	20
75.	5	5	5	5	20
76.	5	5	5	5	20
77.	5	5	5	5	20
78.	5	5	5	5	20
79.	5	5	5	5	20
80.	5	5	5	5	20
81.	5	5	5	5	20
82.	5	5	5	5	20
83.	5	5	5	5	20
84.	5	5	5	5	20
85.	5	5	4	5	19
86.	4	5	4	5	18
87.	4	5	4	5	18
88.	4	4	4	5	17
89.	4	4	4	5	17
90.	4	4	4	5	17
91.	4	4	4	5	17
92.	4	4	4	4	16
93.	1	4	4	4	13
94.	1	4	3	4	12
95.	1	4	3	4	12
96.	1	4	3	4	12
97.	1	4	3	4	12
98.	1	3	3	4	11
99.	3	3	3	2	11
100.	3	3	3	2	11
101.	3	3	3	2	11
102.	3	1	3	2	9
103.	3	1	1	3	8
104.	2	1	1	3	7
105.	2	1	1	3	7
106.	2	2	1	1	6
107.	2	2	1	1	6
108.	2	2	2	1	7
109.	2	3	2	5	13

Cost (X2)

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
1.	5	5	5	5	20
2.	5	5	5	5	20

3.	5	5	5	5	20
4.	5	5	5	5	20
5.	5	5	5	5	20
6.	5	5	5	5	20
7.	5	5	5	5	20
8.	5	5	5	5	20
9.	5	5	5	5	20
10.	5	5	5	5	20
11.	5	5	5	5	20
12.	5	5	5	5	20
13.	5	5	5	5	20
14.	5	5	5	5	20
15.	5	5	5	5	20
16.	5	5	5	5	20
17.	5	5	5	5	20
18.	5	5	5	5	20
19.	5	5	5	5	20
20.	5	5	5	5	20
21.	5	5	5	5	20
22.	5	5	5	5	20
23.	5	5	5	5	20
24.	5	5	5	5	20
25	5	5	5	5	20
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	20
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	20
30	5	5	5	5	20
31	5	5	5	5	20
32	5	5	5	5	20
33	5	5	5	5	20

34	5	5	5	5	20
35	5	5	5	5	20
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	5	5	5	5	20
41	5	5	5	5	20
42	5	5	5	5	20
43	5	5	5	5	20
44	5	5	5	5	20
45	5	5	5	5	20
46	5	5	5	5	20
47	5	5	5	5	20
48	5	5	5	5	20
49	5	5	5	5	20
50	5	5	5	5	20
51	5	5	5	5	20
52	5	5	5	5	20
53	5	5	5	5	20
54	5	5	5	5	20
55	5	5	5	5	20
56	5	5	5	5	20
57	5	5	5	5	20
58	5	5	5	5	20
59	5	5	5	5	20
60	5	5	5	5	20
61	5	5	5	5	20
62	5	5	5	5	20
63	5	5	5	5	20
64	5	5	5	5	20

65	5	5	5	5	20
66	5	5	5	5	20
67	5	5	5	5	20
68	5	5	5	5	20
69	5	5	5	5	20
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	20
74	5	5	5	5	20
75	5	5	5	5	20
76	5	5	5	5	20
77	5	5	5	5	20
78	5	5	5	5	20
79	5	5	5	5	20
80	5	5	5	5	20
81	4	5	5	5	19
82	4	5	5	5	19
83	4	5	5	5	19
84	4	5	5	5	19
85	4	5	5	5	19
86	4	5	5	5	19
87	4	5	4	5	18
88	4	4	4	5	17
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	4	4	4	4	16
94	4	4	4	4	16
95	4	4	4	4	16

96	4	4	4	4	16
97	3	4	4	4	15
98	3	4	4	4	15
99	3	4	3	4	14
100	3	4	3	4	14
101	3	4	3	4	14
102	3	4	3	3	13
103	3	4	3	3	13
104	3	4	3	3	13
105	3	4	3	3	13
106	3	3	3	3	12
107	3	3	3	3	12
108	2	3	3	3	11
109	4	3	2	3	12

Convenience (X3)

No.	X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL
1.	5	5	5	15
2.	5	5	5	15
3.	5	5	5	15
4.	5	5	5	15
5.	5	5	5	15
6.	5	5	5	15
7.	5	5	5	15
8.	5	5	5	15
9.	5	5	5	15
10.	5	5	5	15
11.	5	5	5	15
12.	5	5	5	15
13.	5	5	5	15

14.	5	5	5	15
15.	5	5	5	15
16.	5	5	5	15
17.	5	5	5	15
18.	5	5	5	15
19.	5	5	5	15
20.	5	5	5	15
21.	5	5	5	15
22.	5	5	5	15
23.	5	5	5	15
24.	5	5	5	15
25.	5	5	5	15
26.	5	5	5	15
27.	5	5	5	15
28.	5	5	5	15
29.	5	5	5	15
30.	5	5	5	15
31.	5	5	5	15
32.	5	5	5	15
33.	5	5	5	15
34.	5	5	5	15
35.	5	5	5	15
36.	5	5	5	15
37.	5	5	5	15
38.	5	5	5	15
39.	5	5	5	15
40.	5	5	5	15
41.	5	5	5	15
42.	5	5	5	15
43.	5	5	5	15
44.	5	5	5	15

45.	5	5	5	15
46.	5	5	5	15
47.	5	5	5	15
48.	5	5	5	15
49.	5	5	5	15
50.	5	5	5	15
51.	5	5	5	15
52.	5	5	5	15
53.	5	5	5	15
54.	5	5	5	15
55.	5	5	5	15
56.	5	5	5	15
57.	5	5	5	15
58.	5	5	5	15
59.	5	5	5	15
60.	5	5	5	15
61.	5	5	5	15
62.	5	5	5	15
63.	5	5	5	15
64.	5	5	5	15
65.	5	5	5	15
66.	5	5	5	15
67.	5	5	5	15
68.	5	5	5	15
69.	5	5	5	15
70.	5	5	5	15
71.	5	5	5	15
72.	5	5	5	15
73.	5	5	5	15
74.	5	5	5	15
75.	5	5	5	15

76.	5	5	5	15
77.	5	5	5	15
78.	5	5	5	15
79.	5	5	5	15
80.	5	5	5	15
81.	5	5	5	15
82.	5	5	5	15
83.	5	5	5	15
84.	5	5	5	15
85.	5	5	5	15
86.	5	5	5	15
87.	5	5	5	15
88.	5	5	5	15
89.	4	5	5	14
90.	4	5	5	14
91.	4	5	4	13
92.	4	4	4	12
93.	4	4	4	12
94.	4	4	4	12
95.	4	4	4	12
96.	4	4	4	12
97.	4	4	4	12
98.	4	4	3	11
99.	4	4	3	11
100.	3	4	3	10
101.	3	4	3	10
102.	3	3	3	9
103.	3	3	3	9
104.	1	3	3	7
105.	1	3	1	5
106.	1	3	1	5

107.	1	3	1	5
108.	1	1	2	4
109.	2	1	2	5

Communication (X4)

No	X4.1	X4.2	X4.3	X.4.4	Total
1.	5	5	5	5	20
2.	5	5	5	5	20
3.	5	5	5	5	20
4.	5	5	5	5	20
5.	5	5	5	5	20
6.	5	5	5	5	20
7.	5	5	5	5	20
8.	5	5	5	5	20
9.	5	5	5	5	20
10.	5	5	5	5	20
11.	5	5	5	5	20
12.	5	5	5	5	20
13.	5	5	5	5	20
14.	5	5	5	5	20
15.	5	5	5	5	20
16.	5	5	5	5	20
17.	5	5	5	5	20
18.	5	5	5	5	20
19.	5	5	5	5	20
20.	5	5	5	5	20
21.	5	5	5	5	20
22.	5	5	5	5	20
23.	5	5	5	5	20
24.	5	5	5	5	20

25.	5	5	5	5	20
26.	5	5	5	5	20
27.	5	5	5	5	20
28.	5	5	5	5	20
29.	5	5	5	5	20
30.	5	5	5	5	20
31.	5	5	5	5	20
32.	5	5	5	5	20
33.	5	5	5	5	20
34.	5	5	5	5	20
35.	5	5	5	5	20
36.	5	5	5	5	20
37.	5	5	5	5	20
38.	5	5	5	5	20
39.	5	5	5	5	20
40.	5	5	5	5	20
41.	5	5	5	5	20
42.	5	5	5	5	20
43.	5	5	5	5	20
44.	5	5	5	5	20
45.	5	5	5	5	20
46.	5	5	5	5	20
47.	5	5	5	5	20
48.	5	5	5	5	20
49.	5	5	5	5	20
50.	5	5	5	5	20
51.	5	5	5	5	20
52.	5	5	5	5	20
53.	5	5	5	5	20
54.	5	5	5	5	20
55.	5	5	5	5	20

56.	5	5	5	5	20
57.	5	5	5	5	20
58.	5	5	5	5	20
59.	5	5	5	5	20
60.	5	5	5	5	20
61.	5	5	5	5	20
62.	5	5	5	5	20
63.	5	5	5	5	20
64.	5	5	5	5	20
65.	5	5	5	5	20
66.	5	5	5	5	20
67.	5	5	5	5	20
68.	5	5	5	5	20
69.	5	5	5	5	20
70.	5	5	5	5	20
71.	5	5	5	5	20
72.	5	5	5	5	20
73.	5	5	5	5	20
74.	5	5	5	5	20
75.	5	5	5	5	20
76.	5	5	5	5	20
77.	5	5	5	5	20
78.	5	5	5	5	20
79.	5	5	5	5	20
80.	5	5	5	5	20
81.	5	5	5	5	20
82.	5	5	5	5	20
83.	5	5	5	5	20
84.	5	5	5	5	20
85.	5	5	5	5	20
86.	4	5	5	5	19

87.	4	4	5	5	18
88.	4	4	5	4	17
89.	4	4	4	4	16
90.	4	4	4	4	16
91.	4	4	4	4	16
92.	4	4	4	4	16
93.	4	4	4	4	16
94.	4	4	4	4	6
95.	4	4	4	4	16
96.	3	4	4	4	15
97.	3	4	4	4	15
98.	3	3	4	4	14
99.	3	3	4	3	11
100.	3	3	4	3	13
101.	3	3	3	3	12
102.	3	3	3	3	12
103.	2	3	3	3	11
104.	2	3	3	3	11
105.	2	3	3	3	11
106.	1	3	3	3	10
107.	1	2	3	3	9
108.	1	2	2	3	7
109.	1	1	2	2	4

Minat Beli (Y)

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
1.	5	5	5	5	5	5	30
2.	5	5	5	5	5	5	30
3.	5	5	5	5	5	5	30
4.	5	5	5	5	5	5	30

5.	5	5	5	5	5	5	30
6.	5	5	5	5	5	5	30
7.	5	5	5	5	5	5	30
8.	5	5	5	5	5	5	30
9.	5	5	5	5	5	5	30
10.	5	5	5	5	5	5	30
11.	5	5	5	5	5	5	30
12.	5	5	5	5	5	5	30
13.	5	5	5	5	5	5	30
14.	5	5	5	5	5	5	30
15.	5	5	5	5	5	5	30
16.	5	5	5	5	5	5	30
17.	5	5	5	5	5	5	30
18.	5	5	5	5	5	5	30
19.	5	5	5	5	5	5	30
20.	5	5	5	5	5	5	30
21.	5	5	5	5	5	5	30
22.	5	5	5	5	5	5	30
23.	5	5	5	5	5	5	30
24.	5	5	5	5	5	5	30
25.	5	5	5	5	5	5	30
26.	5	5	5	5	5	5	30
27.	5	5	5	5	5	5	30
28.	5	5	5	5	5	5	30
29.	5	5	5	5	5	5	30
30.	5	5	5	5	5	5	30
31.	5	5	5	5	5	5	30
32.	5	5	5	5	5	5	30
33.	5	5	5	5	5	5	30
34.	5	5	5	5	5	5	30
35.	5	5	5	5	5	5	30

36.	5	5	5	5	5	5	30
37.	5	5	5	5	5	5	30
38.	5	5	5	5	5	5	30
39.	5	5	5	5	5	5	30
40.	5	5	5	5	5	5	30
41.	5	5	5	5	5	5	30
42.	5	5	5	5	5	5	30
43.	5	5	5	5	5	5	30
44.	5	5	5	5	5	5	30
45.	5	5	5	5	5	5	30
46.	5	5	5	5	5	5	30
47.	5	5	5	5	5	5	30
48.	5	5	5	5	5	5	30
49.	5	5	5	5	5	5	30
50.	5	5	5	5	5	5	30
51.	5	5	5	5	5	5	30
52.	5	5	5	5	5	5	30
53.	5	5	5	5	5	5	30
54.	5	5	5	5	5	5	30
55.	5	5	5	5	5	5	30
56.	5	5	5	5	5	5	30
57.	5	5	5	5	5	5	30
58.	5	5	5	5	5	5	30
59.	5	5	5	5	5	5	30
60.	5	5	5	5	5	5	30
61.	5	5	5	5	5	5	30
62.	5	5	5	5	5	5	30
63.	5	5	5	5	5	5	30
64.	5	5	5	5	5	5	30
65.	5	5	5	5	5	5	30
66.	5	5	5	5	5	5	30

67.	5	5	5	5	5	5	30
68.	5	5	5	5	5	5	30
69.	5	5	5	5	5	5	30
70.	5	5	5	5	5	5	30
71.	5	5	5	5	5	5	30
72.	5	5	5	5	5	5	30
73.	5	5	5	5	5	5	30
74.	5	5	5	5	5	5	30
75.	5	5	5	5	5	5	30
76.	5	5	5	5	5	5	30
77.	5	5	5	5	5	5	30
78.	5	5	5	5	5	5	30
79.	5	5	5	5	5	5	30
80.	5	5	5	5	5	5	30
81.	5	5	5	5	5	5	30
82.	5	5	5	5	5	5	30
83.	5	5	5	5	5	5	30
84.	5	5	5	5	5	5	30
85.	5	5	5	5	5	5	30
86.	5	5	5	5	5	5	30
87.	4	5	5	4	5	5	28
88.	4	5	5	4	4	4	27
89.	4	5	3	4	4	4	27
90.	4	5	3	4	4	4	20
91.	4	3	3	4	4	4	22
92.	4	3	3	4	4	4	22
93.	4	3	3	4	4	4	22
94.	4	3	3	4	4	4	22
95.	4	3	3	4	4	4	22
96.	4	3	3	4	4	4	22
97.	3	3	4	3	4	4	21

98.	3	3	4	3	4	4	21
99.	3	3	4	3	4	4	21
100.	3	3	4	3	4	4	21
101.	3	4	4	3	4	4	22
102.	3	4	4	3	4	4	22
103.	3	4	4	3	4	4	22
104.	3	4	4	3	3	3	20
105.	3	4	2	2	3	3	17
106.	3	4	2	2	3	3	17
107.	1	4	1	2	3	3	13
108.	2	4	4	1	3	3	17
109.	2	2	3	2	1	1	11

Lampiran 3: Hasil Uji Frekuensi

umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<17 tahun	4	3.6	3.6	3.6
	17-20 tahun	54	49.1	49.1	52.7
	21-25 tahun	47	42.7	42.7	95.5
	26-30 tahun	4	3.6	3.6	99.1
	>30 tahun	1	.9	.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

jenis pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pelajar/mahasiswa	32	29.1	30.8	30.8
	pns	36	32.7	34.6	65.4
	pegawai swasta	15	13.6	14.4	79.8
	wiraswasta	10	9.1	9.6	89.4
	polri	3	2.7	2.9	92.3
	apoteker	1	.9	1.0	93.3
	lainnya	7	6.4	6.7	100.0
	Total	104	94.5	100.0	
Missing	System	6	5.5		
Total		110	100.0		

jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki laki	74	67.3	67.3	67.3
	perempuan	36	32.7	32.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Lampiran 4: hasil jawaban responden

saya memilih untuk tetap membeli produk mbok jum setelah membandingkan harga dari produk kompetitor lainnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	1.8	1.8	1.8
	tidak setuju	2	1.8	1.8	3.6
	cukup setuju	10	9.1	9.1	12.7
	setuju	10	9.1	9.1	21.8
	sangat setuju	86	78.2	78.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

produk mbok jum banyak dikenali dan dikonsumsi oleh masyarakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	3.6	3.6	3.6
	tidak setuju	4	3.6	3.6	7.3
	cukup setuju	5	4.5	4.5	11.8
	setuju	10	9.1	9.1	20.9
	sangat setuju	87	79.1	79.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

cabang mbok jum yang beredar cukup untuk memenuhi kebutuhan saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	4.5	4.5	4.5
	tidak setuju	2	1.8	1.8	6.4
	cukup setuju	9	8.2	8.2	14.5
	setuju	10	9.1	9.1	23.6
	sangat setuju	84	76.4	76.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

produk mbok jum cocok di konsumsi kapanpun

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	2.7	2.7	2.7
	tidak setuju	4	3.6	3.6	6.4
	cukup setuju	3	2.7	2.7	9.1
	setuju	8	7.3	7.3	16.4
	sangat setuju	92	83.6	83.6	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

.harga produk mbok jum yang bersaing dengan kompetitor lainnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	.9	.9	.9
	cukup setuju	12	10.9	10.9	11.8
	setuju	17	15.5	15.5	27.3
	sangat setuju	80	72.7	72.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

biaya yang saya keluarkan sesuai dengan kualitasn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	cukup setuju	5	4.5	4.5	4.5
	setuju	18	16.4	16.4	20.9
	sangat setuju	87	79.1	79.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

harga produk mbok jum sesuai dengan manfaat yang saya rasakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	2	1.8	1.8	1.8
	cukup setuju	10	9.1	9.1	10.9
	setuju	12	10.9	10.9	21.8
	sangat setuju	86	78.2	78.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

harga produk mbok jum yng bervariasi sesuai dengan jenis produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	cukup setuju	9	8.2	8.2	8.2
	setuju	13	11.8	11.8	20.0
	sangat setuju	88	80.0	80.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

rasa dari produk mbok jum cenderung lebih nikmat dari kompetitor lainnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	4.5	4.5	4.5
	tidak setuju	2	1.8	1.8	6.4
	cukup setuju	4	3.6	3.6	10.0
	setuju	11	10.0	10.0	20.0
	sangat setuju	88	80.0	80.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

rasa dari produk mbok jum cenderung lebih nikmat dari kompetitor lainnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	4.5	4.5	4.5
	tidak setuju	2	1.8	1.8	6.4
	cukup setuju	4	3.6	3.6	10.0
	setuju	11	10.0	10.0	20.0
	sangat setuju	88	80.0	80.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

produk mbok jum memberikan rasa nyaman setelah saya konsumsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	2.7	2.7	2.7
	tidak setuju	3	2.7	2.7	5.5
	cukup setuju	7	6.4	6.4	11.8
	setuju	7	6.4	6.4	18.2
	sangat setuju	90	81.8	81.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

iklan promosi mbok jum menarik dan komunikatif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	3.6	3.6	3.6
	tidak setuju	3	2.7	2.7	6.4
	cukup setuju	8	7.3	7.3	13.6
	setuju	10	9.1	9.1	22.7
	sangat setuju	85	77.3	77.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

saya dapat dengan mudah menemukan media iklan produk minuman the dalam kemasan dimana saja dan kapan saja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	1.8	1.8	1.8
	tidak setuju	2	1.8	1.8	3.6
	cukup setuju	9	8.2	8.2	11.8
	setuju	11	10.0	10.0	21.8
	sangat setuju	86	78.2	78.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

desain kemasan dari produk mbok jum menarik dan variatif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	3	2.7	2.7	2.7
	cukup setuju	7	6.4	6.4	9.1
	setuju	12	10.9	10.9	20.0
	sangat setuju	88	80.0	80.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

dalam upaya promosi, produk mbok sering memberikan diskon untuk pemesanan nasi kotak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	2	1.8	1.8	1.8
	cukup setuju	10	9.1	9.1	10.9
	setuju	11	10.0	10.0	20.9
	sangat setuju	87	79.1	79.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

saya memilih untuk tetap membeli produk mbok jum setelah membandingkan harga dari produk kompetitor lainnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	1.8	1.8	1.8
	tidak setuju	2	1.8	1.8	3.6
	cukup setuju	10	9.1	9.1	12.7
	setuju	10	9.1	9.1	21.8
	sangat setuju	86	78.2	78.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

saya membeli produk mbok jum karna rasa ayam bakarnya beda dari yang lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.9	.9	.9
	tidak setuju	1	.9	.9	1.8
	cukup setuju	10	9.1	9.1	10.9
	setuju	8	7.3	7.3	18.2
	sangat setuju	90	81.8	81.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

saya banyak mendapatkan indormasi mengenai produk mbok jum dari iklan di sosial media yang membuat saya tertarik untuk membelinya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.9	.9	.9
	tidak setuju	2	1.8	1.8	2.7
	cukup setuju	10	9.1	9.1	11.8
	setuju	9	8.2	8.2	20.0
	sangat setuju	88	80.0	80.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

saya sering melakukan pembelian terhadap produk mbok jum

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.9	.9	.9
	tidak setuju	4	3.6	3.6	4.5
	cukup setuju	9	8.2	8.2	12.7
	setuju	10	9.1	9.1	21.8
	sangat setuju	86	78.2	78.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

saya sering merasa puas setelah mengkonsumsi produk mbok jum

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	1.8	1.8	1.8
	cukup setuju	5	4.5	4.5	6.4
	setuju	16	14.5	14.5	20.9
	sangat setuju	87	79.1	79.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

dibandingkan dengan yang lain,saya lebih sering membeli dan mengkonsumsi produk mbok jum

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	1.8	1.8	1.8
	cukup setuju	5	4.5	4.5	6.4
	setuju	16	14.5	14.5	20.9
	sangat setuju	87	79.1	79.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Lampiran 5: Hasil Uji Validitas

Correlations

		produk mbok jum termasuk dalam kebutuhan sehari hari saya	produk mbok jum banyak dikenali dan dikonsumsi oleh masyarakat	cabang mbok jum yang beredar cukup untuk memenuhi kebutuhan saya	produk mbok jum cocok di konsumsi kapanpun	
produk mbok jum termasuk dalam kebutuhan sehari hari saya	Pearson Correlation	1	.777**	.845**	.717**	.906**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
produk mbok jum banyak dikenali dan dikonsumsi oleh masyarakat	Pearson Correlation	.777**	1	.923**	.848**	.949**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
cabang mbok jum yang beredar cukup untuk memenuhi kebutuhan saya	Pearson Correlation	.845**	.923**	1	.836**	.967**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
produk mbok jum cocok di konsumsi kapanpun	Pearson Correlation	.717**	.848**	.836**	1	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
	Pearson Correlation	.906**	.949**	.967**	.904**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

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

Correlations

		.harga produk mbok jum yang bersaing dengan kompetitor lainnya	biaya yang saya keluarkan sesuai dengan kualitasn	harga produk mbok jum sesuai dengan manfaat yang saya rasakan	harga produk mbok jum yng bervariasi sesuai dengan jenis produk	totalx2
.harga produk mbok jum yang bersaing dengan kompetitor lainnya	Pearson Correlation	1	.858**	.879**	.873**	.941**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
biaya yang saya keluarkan sesuai dengan kualitasn	Pearson Correlation	.858**	1	.939**	.939**	.964**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
harga produk mbok jum sesuai dengan manfaat yang saya rasakan	Pearson Correlation	.879**	.939**	1	.946**	.977**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
harga produk mbok jum yng bervariasi sesuai dengan jenis produk	Pearson Correlation	.873**	.939**	.946**	1	.973**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
totalx2	Pearson Correlation	.941**	.964**	.977**	.973**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

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

Correlations

		rasa dari produk mbok jum cenderung lebih nikmat dari kompetitor lainnya	kemasan dari produk mbok jum aman dan nyaman ketika saya konsumsi	produk mbok jum memberikan rasa nyaman setelah saya konsumsi	totalx3
rasa dari produk mbok jum cenderung lebih nikmat dari kompetitor lainnya	Pearson Correlation	1	.895**	.957**	.982**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110
kemasan dari produk mbok jum aman dan nyaman ketika saya konsumsi	Pearson Correlation	.895**	1	.891**	.951**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110
produk mbok jum memberikan rasa nyaman setelah saya konsumsi	Pearson Correlation	.957**	.891**	1	.980**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110
totalx3	Pearson Correlation	.982**	.951**	.980**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110

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

Correlations

		iklan promosi mbok jum menarik dan komunikatif	saya dapat dengan mudah menemukan media iklan produk minuman the dalam kemasan dimana saja dan kapan saja	desain kemasan dari produk mbok jum menarik dan variatif	dalam upaya promosi, produk mbok sering memberikan diskon untuk pemesanan nasi kotak	
iklan promosi mbok jum menarik dan komunikatif	Pearson Correlation	1	.930**	.931**	.926**	.925**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	108
saya dapat dengan mudah menemukan media iklan produk minuman the dalam kemasan dimana saja dan kapan saja	Pearson Correlation	.930**	1	.961**	.973**	.942**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	108
desain kemasan dari produk mbok jum menarik dan variatif	Pearson Correlation	.931**	.961**	1	.965**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	108
dalam upaya promosi, produk mbok sering memberikan diskon untuk pemesanan nasi kotak	Pearson Correlation	.926**	.973**	.965**	1	.940**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	108
	Pearson Correlation	.925**	.942**	.935**	.940**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108

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

Correlations

		saya memilih untuk tetap membeli produk mbok jum setelah membandingkan harga dari produk kompetitor lainnya	saya membeli produk mbok jum karna rasa ayam bakarnya beda dari yang lain	saya banyak mendapatkan informasi mengenai produk mbok jum dari iklan di sosial media yang membuat saya tertarik untuk membelinya	saya sering melakukan pembelian terhadap produk mbok jum	dibandingkan dengan yang lain, saya lebih sering membeli dan mengonsumsi produk mbok jum	saya sering merasa puas setelah mengonsumsi produk mbok jum	totalY
saya memilih untuk tetap membeli produk mbok jum setelah membandingkan harga dari produk kompetitor lainnya	Pearson Correlation	1	.812**	.813**	.951**	.921**	.921**	.957**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	109
saya membeli produk mbok jum karna rasa ayam bakarnya beda dari yang lain	Pearson Correlation	.812**	1	.743**	.737**	.841**	.841**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	109
saya banyak mendapatkan informasi mengenai produk mbok jum dari iklan di sosial media yang membuat saya tertarik untuk membelinya	Pearson Correlation	.813**	.743**	1	.810**	.808**	.808**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	109
saya sering melakukan pembelian terhadap produk mbok jum	Pearson Correlation	.951**	.737**	.810**	1	.874**	.874**	.951**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	109
dibandingkan dengan yang lain, saya lebih sering membeli dan mengonsumsi produk mbok jum	Pearson Correlation	.921**	.841**	.808**	.874**	1	1.000**	.958**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	109
saya sering merasa puas setelah mengonsumsi produk mbok jum	Pearson Correlation	.921**	.841**	.808**	.874**	1.000**	1	.958**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110	109
totalY	Pearson Correlation	.957**	.849**	.900**	.951**	.958**	.958**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	109	109	109	109	109	109	109

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

Lampiran 6: Hasil Uji Reliabilitas instrumen

Customer Need (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	4

Cost (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.969	4

*Convenience (X3)***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.969	4

*Communication (X4)***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.979	4

*Minat Beli (Y)***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.970	6

Lampiran 7: Hasil Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		109	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.61851878	
Most Extreme Differences	Absolute	.473	
	Positive	.372	
	Negative	-.473	
Test Statistic		.473	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.000	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.000	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Lampiran 8: Hasil uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.601	1.384		-1.880	.063
		.333	.094	.274	3.558	.001
		-.317	.094	-.271	-3.355	.001
	totalx2	1.274	.198	.706	6.446	.000
	totalx3	.454	.128	.268	3.552	.001

a. Dependent Variable: totalY

Lampiran 9: Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2079.719	4	519.930	478.125	.000 ^b
	Residual	114.181	105	1.087		
	Total	2193.900	109			

a. Dependent Variable: totalY

b. Predictors: (Constant),

totalx3, totalx2