

Lampiran 1

Tabel 1.
Penelitian terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	(I Putu Hardani Hesti, 2014)	Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap keputusan pembelian Tiket Pesawat di PT Total Nusa Indonesia Tour and Travel Yogyakarta Sumber : Jurnal Media Wisata Vol.12 No. 1 (2014)	Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat di PT. Total Nusa Indonesia Tour and Travel Yogyakarta
2	(Sitanggang, 2017)	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan pada Keputusan Pembelian Tiket Pesawat pada Bisnis Online PT. MMBC Tur dan Travel Sumber : Jurnal Media Wisata Vol.12 No. 1 (2014)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat online, sementara kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat online
3	(Hadiani et al., 2019)	Keputusan Pembelian jasa <i>Wedding Organizer</i> berdasarkan Physical Evidence Factor (Studi Kasus pada CV. Anpian Wedding Organizer Ciamis) Sumber : Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen, 6 (1)November (2019)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa physical evidence memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa wedding organizer.
4	(Ali, 2020)	Pengaruh Promosi melalui Media Sosial dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian jasa <i>Wedding Organizer</i> (Studi pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah) Sumber: Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol 1 No.2 Oktober (2020)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi melalui Media Sosial dan <i>Word of Mouth</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
5	(Maharani Purnama, 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Konsumen Wedding Organizer di Kota Prabumulih Sumber: Jurnal Ilmu Manajemen Vol.7 No.2 Juni (2018)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen
6	(Devi Rahmawati, 2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen d Wedding Organizer (Studi Kasus "PIXTORA SALON") di Desa Gampengrejo Kabupaten Kediri Universitas Nusantara PGRI kediri (2015)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, kualitas produk dan Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
7	(Racmadany & Permatasari, 2021)	<i>The Effect of Service Quality and Company Image on the Purchase Decision of Wedding Organizer Services at Jets Enterprise Probolinggo.</i> Sumber: <i>Journal Aplication Business</i> 6 (1), 225-228 (2021)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian wedding organizer di Jets Enterprise Probolinggo.
8	(Sholihat, 2019)	<i>The Effect of Product Design, Promotion and Brand Image on the Purchase Decision of Original Nike Shoes on Solo Sport Station Customers.</i> Sumber: <i>Journal Economy and Finance</i> Vol.1 No.2 (2017)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain produk, promosi dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
9	(Polla et al., 2018)	<i>The Influence of Product Quality and Price on the Decision to Purchase a Daihatsu Grand MAX Pick Up (Study at PT. ASTRA International Tbk Daihatsu Malalayang Branch).</i> Sumber: <i>Journal Administration Business</i> 6 (002) (2018)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
10	(Dony Indra Permana 2017)	<i>The Effect of Promotion on the Purchase Decision of PT. Piji Wood Floor and Door Products in East Java.</i> Sumber : <i>Journal Management and Start Up</i> 2 (1) 117-123 (2017)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
11	(Fajar Fahrudin & Yulianti, 2015)	<i>The Influence of Promotion, Location and Service Quality oh the Purchase Decisions of Bank Mandiri Surabaya Customers.</i> Sumber: <i>Journal of Business and Banking</i> 5(1), 149-162 (2015)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian nasabah di Bank Mandiri tidak signifikan. Namun kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah di Bank Mandiri
12	(Utami, 2021)	<i>Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Wedding Organizer Syaquia Pesta</i>	Hasil penelitian menunjukkan Harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian dan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian.
13	(Sholihat, 2019)	<i>Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie</i> Sumber: <i>JOM FISIP Vol. 5 No. 1</i>	Hasil penelitian ini menunjukan adanya pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian dan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
14	(Polla et al., 2018)	<i>Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, Promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan sedangkan Kualitas pelayanan berpengaruh negative dan tidak
15	(Weenas, 2013)	<i>Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta</i> Sumber: <i>Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4</i>	Hasil uji membuktikan bahwa kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
16	(Dyatmika & Firdaus, 2021)	<i>The Effect Of Price, Service Quality, And Company Image On Purchase Decisions On Jalanjalan.Id Gresik</i> Sumber: <i>International Journal of Economics, Business and Accounting Vol. 5</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, nama perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian
17	(Khasanah & Pamujo, 2018)	<i>Analisis Pengaruh Atribut Produk, Bauran Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Merchandise</i> Sumber: <i>Jurnal Universitas Diponegoro Vol. 13 No. 1</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, bauran promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
18	(Ferdyanto, 2021)	<p><i>Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perusahaan Ritel Di Jakarta)</i></p> <p>Sumber: <i>Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 5 No. 3</i></p>	<p>Hasil penelitian ini bahwa persepsi harga, promosi, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.</p>
19	(Mayasari et al., 2021)	<p><i>Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Jajanan Tradisional</i></p> <p>Sumber: <i>At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen Vol. 5, No. 2,</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian yang terdiri dari Harga, promosi, Kualitas Produk dan Pelayanan</p>
20	(Kodu S (2013)	<p><i>Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza</i></p> <p>Sumber: <i>Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian</p>
21	(Syamsul et al., 2021)	<p><i>Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasantosa Kabanjahe</i></p> <p>Sumber: <i>Jurnal Manajemen Vol. 7 No. 1</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian</p>

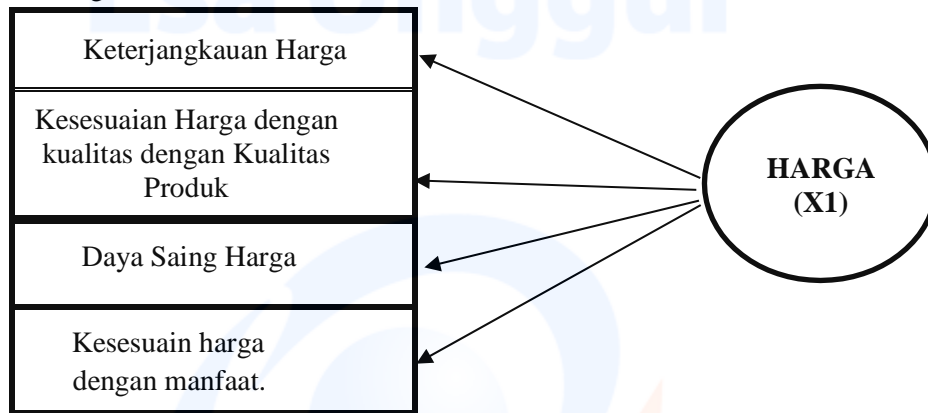
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
22	Dalila Komala Trisnowati , Hari Susanta Nugraha (2016)	<p>Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa bengkel pt. Astra international tbk-daihatsu majapahit semarang</p> <p>Sumber : http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/</p>	<p>penelitian ini menunjukkan harga dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan mempengaruhi keputusan penggunaan jasa di bengkel PT. Astra International Tbk – Daihatsu Majapahit. Berdasarkan hasil tersebut, bengkel Astra Daihatsu Majapahit Semarang sudah memiliki penetapan harga yang tepat dan harus mampu mempertahankan kualitas pelayanan yang baik, serta perlunya penelitian lanjutan oleh perusahaan dan pihak lain untuk mengetahui pengaruh dari variabel yang lain.</p>

Lampiran 2

Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Harga (*Price*)

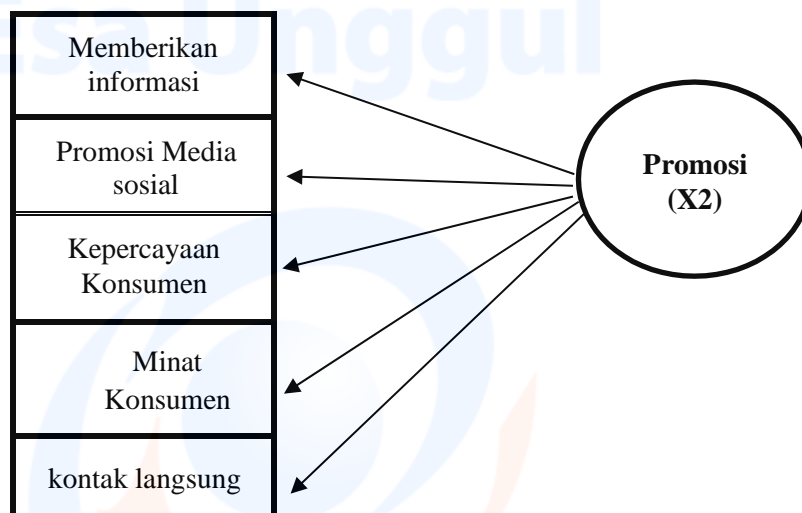
Menurut penelitian (Kotler & Armstrong, 2013) Keputusan pembelian konsumen merupakan pemilihan akhir terhadap produk di pasaran oleh konsumen yang berkaitan dengan tahapan atau proses yang mendahului. Harga dibentuk oleh 4 indikator, yaitu : Harga terjangkau oleh daya beli konsumen, Perbandingan harga dengan kompetitor, Kesesuaian harga dengan kualitas, dan Kesesuaian harga dengan manfaat.



Gambar Variabel Harga (*Price*)

2. Promosi (*Promotion*)

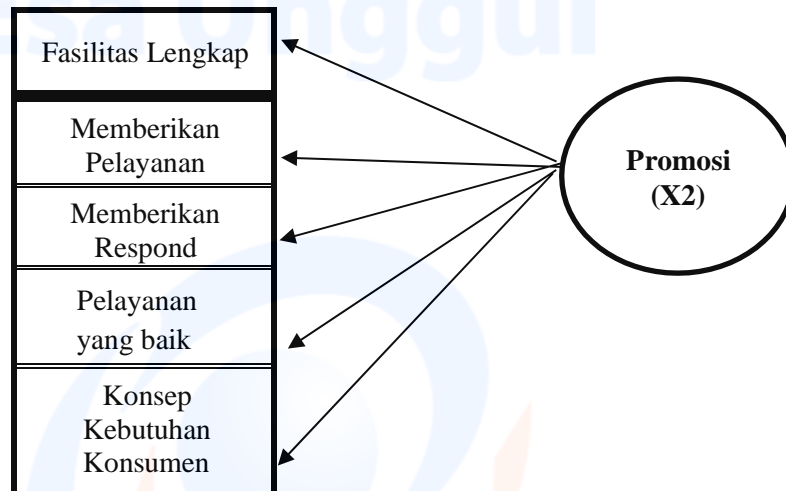
Menurut penelitian (Kotler & Keller, 2013) Promosi adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Promosi dibentuk oleh 5 indikator, yaitu : Memberikan Informasi yang jelas kepada konsumen, Melakukan Promosi Melalui media social, Memberikan kepercayaan konsumen dan kontak langsung dengan konsumen.



Gambar Variabel Promosi / *Promotion*

3. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

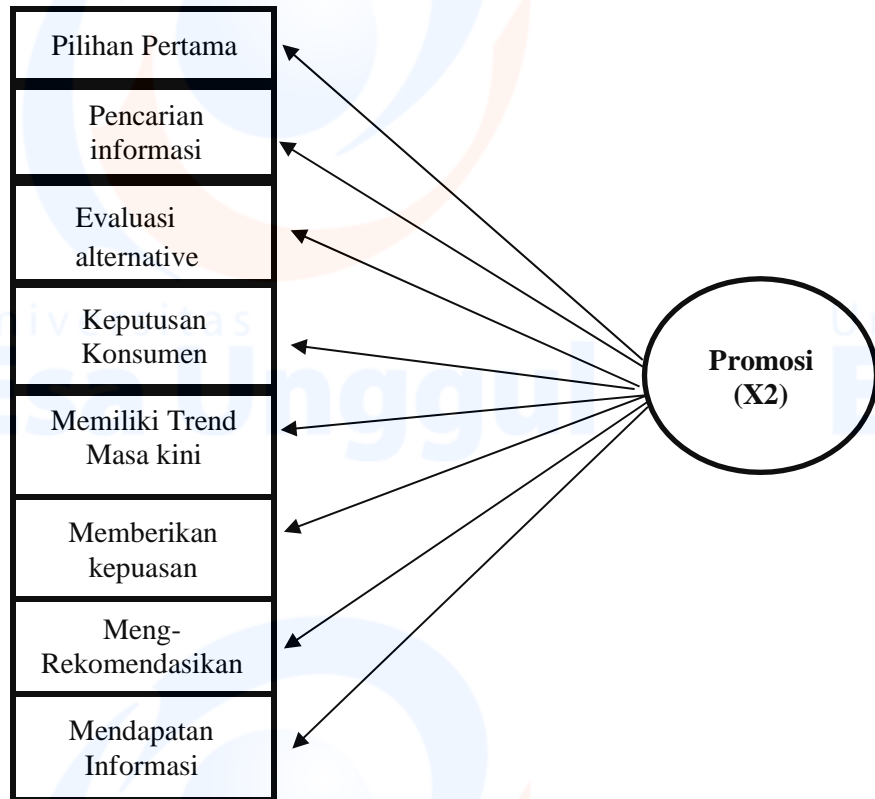
Menurut penelitian Indrasari, (2019). Kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan (*service quality*) dibentuk oleh 5 indikator yaitu : Wedding Organizer yun's Beuty brides memiliki fasilitas yang lengkap, Memberikan Pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, Memberikan Respond yang cepat kepada konsumennya, Memiliki pelayanan yang baik, dan Memberikan Konsep yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.



**Gambar Variabel
Kualitas Pelayanan / *Service Quality***

1. Keputusan Pembelian (*Buying Decision*)

Menurut Kotler & Keller, (2013) Keputusan pembelian konsumen merupakan pemilihan akhir terhadap produk di pasaran oleh konsumen yang berkaitan dengan tahapan atau proses yang mendahului. Variabel Keputusan Pembelian (*Buying Decision*) dibentuk oleh 8 indikator yaitu : Layanan Jasa Wedding Organizer yun's Beuty brides menjadi pilihan pertama bagi konsumen, Informasi tentang jasa Wedding Organizer yun's Beuty brides Rekomendasi teman-teman, Evaluasi alternative, Konsumen sangat yakin dengan jasa Wedding Organizer yun's Beuty brides, Wedding Organizer yun's Beuty brides selalu meng-update trend masa kini, Memberikan kepuasan kepada konsumen, jasa Wedding Organizer yun's Beuty brides Sangat mengrekomendasikan, dan Mendapatkan Informasi yang membuat konsumen minat.



Gambar Variabel
Keputusan Pembelian / (*Buying Decision*)

Lampiran 3

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Pengertian	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian konsumen merupakan pemilihan akhir terhadap produk di pasaran oleh konsumen yang berkaitan dengan tahapan atau proses yang mendahului. (Kotler & Keller, 2013)	<ol style="list-style-type: none">1. Pilihan Pertama2. Pencarian Informasi3. Evaluasi Alternatif4. Keputusan Konsumen5. Memiliki Trend Masa Kini6. Memberikan Kepuasan7. Mengrekomendasikan8. Mendapatkan Informasi (Kotler & Keller, 2013)
Harga (X1)	Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa. (Kotler & Armstrong, 2013)	<ol style="list-style-type: none">1. Keterjangkauan Harga2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk3. Daya Saing Harga4. Kesesuaian harga dengan manfaat. (Kotler & Armstrong, 2013)
Promosi (X2)	Promosi adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. (Kotler & Keller, 2013)	<ol style="list-style-type: none">1. Memberikan Informasi2. Promosi di Media sosial3. Kepercayaan Konsumen4. Minat Konsumen5. Kontak langsung dengan konsumen. (Kotler & Keller, 2013)
Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. (Indrasari, 2019).	<ol style="list-style-type: none">1. Fasilitas Lengkap2. Memberikan Pelayanan3. Memberikan Respond4. Pelayanan yang baik5. Konsep Sesuai Kebutuhan konsumen (Indrasari, 2019)

Lampiran 4

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr.Wb.'

Yang terhormat, Bapak/Ibu/Saudara dan teman-teman sekalian. Perkenalkan saya Selvia Agustian Tanjung mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk mengetahui Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Wedding Organizer Yun's Beauty Brides. Maka dari itu, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara dan teman-teman sekalian untuk dapat mengisi kuesioner dari penelitian saya.

Jawaban dari Bapak/Ibu/Saudara dan teman-teman sekalian akan sangat bermanfaat bagi saya dalam melaksanakan penelitian ini. Data yang diisi akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan semata-mata untuk penelitian saya. Saya harap Bapak/Ibu/Saudara dan teman-teman sekalian dapat mengisinya dengan objektif. Atas perhatian dan kesediannya untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Selvia Agustian Tanjung

A. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia
 - ≤ 25 tahun
 - 26 - 30 tahun
 - 31 - 35 tahun

B. Petunjuk Pengisian

Pilihlah pada jawaban yang paling sesuai menurut pendapat anda. Skala nomor menunjukkan seberapa dekat jawaban saudara/bapak/ibu dan teman-teman sekalian dengan pilihan yang tersedia.

Keterangan :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Cukup Setuju
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

KUESIONER

No.	Pernyataan	Kategori Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
A	Harga / Price					
1.	Harga jasa yang ditawarkan <i>wedding organizer</i> Yun's Beauty Brides terjangkau oleh konsumen.					
2.	Harga yang ditawarkan Yun's Beauty Brides <i>wedding organizer</i> lebih menarik dibandingkan <i>wedding organizer</i> lainnya					
3.	Harga yang ditawarkan <i>wedding organizer</i> Yun's Beauty Brides tidak jauh berbeda dengan <i>wedding organizer</i> lain					
4.	Harga <i>wedding organizer</i> Yun's Beauty Brides menyesuaikan kualitas					
5	Harga jasa <i>wedding Organizer</i> Yun's Beauty Brides yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diharapkan					

No.	Pernyataan	Kategori Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
B	Promosi / Promotion					
6.	Promosi <i>wedding organizer</i> Yun's Beauty Brides memberikan informasi secara jelas.					
7.	Penjualan Wedding Organizer Yun's Beauty Brides melakukan promosi periklanan melalui media social					
8.	Penjualan Wedding Organizer Yun's Beauty Brides menumbuhkan kepercayaan konsumen.					
9.	Promosi penjualan yang ditawarkan wedding Organizer menarik minat konsumen.					
10.	Wedding Organizer Yun's Beauty Brides berhubungan langsung dengan konsumen melalui telepon dan media sosial lainnya guna menumbuhkan kepercayaan konsumen.					

No.	Pernyataan	Kategori Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
C	Kualitas Pelayanan / Servic Quality					
11	Pelayanan jasa wedding organizer Yun's beuty brides memiliki fasilitas yang lengkap					
12	Yun's beuty brides wedding organizer memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan					
13	Karyawan / Tim <i>wedding organizer</i> Yun's Beauty Brides mempunyai respond cepat.					
14	Wedding Organizer Yun's Beauty Brides memiliki pelayanan jasa yang baik.					
15	Pelayanan jasa Wedding organizer Yun's beuty brides memberi rasa nyaman bagi konsumen dari awal hingga akhir pesta pernikahan.					
16	Yun's beuty brides wedding organizer memberikan konsep yang sesuai dengan yang dibutuhkan Konsumen					

No.	Pernyataan	Kategori Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
C	Keputusan Pembelian / buying decision					
17	Layanan jasa <i>wedding organizer</i> Yun's Beauty Brides menjadi pilihan pertama bagi konsumen.					
18	Saya menggunakan jasa <i>Wedding Organizer</i> Yun's Beauty Brides atas rekomendasi teman.					
19	Saya menggunakan jasa <i>Wedding Organizer</i> Yun's Beauty Brides sebagai suatu alternatif pilihan konsumen dalam mengadakan event pernikahan.					
20	Saya sudah sangat yakin untuk menggunakan jasa <i>wedding organizer</i> yun's beuty brides					
21	Saya sebagai konsumen setuju bahwa <i>wedding Organizer</i> yun's beuty mengikuti trend masa kini					
22	Saya Merasa sangat puas menggunakan <i>Jasa Wedding Organizer</i> yun's beuty brides					

No.	Pernyataan	Kategori Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
23	Saya akan merekomendasikan jasa <i>Wedding Organizer Yun's Beauty Brides</i> kepada orang lain.					
24	Saya tertarik dengan jasa <i>Wedding Organizer Yun's Beauty Brides</i> karena informasi yang saya peroleh dari teman saya.					

Lampiran 5

Tabulasi Data

Nama Responden	Item Pertanyaan Harga					Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	5	5	5	5	5	25
2	4	5	4	4	4	21
3	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	3	19
6	3	3	5	5	3	19
7	5	3	5	2	5	20
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	5	3	20
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25
13	4	4	4	5	4	21
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	5	5	5	5	5	25
18	5	5	5	5	5	25
19	5	5	5	5	5	25
20	5	5	5	5	5	25
21	5	5	5	5	5	25
22	1	1	2	1	1	6
23	5	5	5	5	5	25
24	5	4	5	4	5	23
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	4	4	4	22
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	5	5	5	25
31	4	4	5	4	4	21
32	3	5	5	5	5	23
33	5	5	5	5	4	24
34	4	5	5	5	5	24
35	5	5	5	5	5	25
36	5	5	5	5	5	25

Nama Responden	Item Pertanyaan Harga					Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
37	5	5	5	5	5	25
38	5	5	5	5	5	25
39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	5	25
41	5	5	5	5	5	25
42	3	3	4	3	5	18
43	5	4	5	4	5	23
44	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	5	5	5	25
47	4	4	5	5	5	23
48	5	5	5	5	5	25
49	5	5	5	5	5	25
50	5	5	5	5	5	25
51	4	4	5	3	4	20
52	5	5	5	5	5	25
53	4	4	4	5	5	22
54	5	5	5	5	5	25
55	5	5	4	4	5	23
56	5	5	5	5	5	25
57	4	5	5	4	5	23
58	5	5	5	5	5	25
59	5	5	5	5	5	25
60	5	5	5	5	5	25
61	4	5	5	5	5	24
62	4	5	5	5	5	24
63	3	4	4	4	4	19
64	4	5	4	4	5	22
65	5	5	5	5	5	25
66	5	5	5	5	5	25
67	5	5	5	5	5	25
68	5	5	5	5	5	25
69	5	5	5	5	5	25
70	5	5	5	5	5	25
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	5	5	5	5	5	25
74	5	5	5	5	5	25
75	3	4	5	4	5	21

Nama Responden	Item Pertanyaan Harga					Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	5	25
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	5	25
82	5	5	5	5	5	25
83	5	5	5	5	5	25
84	5	4	4	5	4	22
85	5	5	5	5	5	25
86	5	5	5	5	5	25
87	5	5	5	5	5	25
88	4	4	4	4	4	20
89	5	5	5	5	5	25
90	5	5	5	5	5	25
91	5	4	5	3	4	21
92	4	4	5	4	4	21
93	4	5	5	5	5	24
94	5	4	5	5	5	24
95	4	5	5	5	5	24
96	3	4	4	3	4	18
97	5	5	5	5	5	25
98	4	5	4	4	5	22
99	5	5	5	5	4	24
100	4	5	5	4	5	23
101	5	5	4	5	5	24
102	4	5	4	5	5	23
103	4	5	5	5	5	24
104	4	5	5	5	5	24
105	4	4	5	4	4	21
106	5	5	5	5	5	25
107	5	4	5	5	5	24
108	4	5	5	5	5	24
109	5	5	4	4	4	22
110	5	5	5	5	5	25
111	5	5	4	5	5	24
112	5	5	4	5	5	24
113	5	5	4	5	5	24
114	5	5	5	4	5	24

Nama Responden	Item Pertanyaan Harga					Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
115	5	5	5	5	5	25
116	5	5	5	5	5	25
117	5	5	5	3	5	23
118	5	5	5	5	5	25
119	5	5	5	5	5	25
120	5	5	5	4	4	23

Variabel Promosi

Nama Responden	Item Pertanyaan Promosi					Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	4	20
4	3	4	5	4	5	21
5	3	4	3	4	3	17
6	2	5	4	4	3	18
7	2	5	2	5	4	18
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25
13	5	4	4	5	5	23
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	5	5	5	5	5	25
18	5	5	5	5	5	25
19	5	5	5	5	5	25
20	5	5	5	5	5	25
21	5	5	5	5	5	25
22	1	1	1	1	1	5
23	5	5	5	5	5	25
24	3	5	4	5	5	22
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	5	5	25

Nama Responden	Item Pertanyaan Promosi					Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
30	5	5	5	5	5	25
31	4	4	4	4	4	20
32	5	5	5	5	5	25
33	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	5	5	25
35	5	5	5	5	5	25
36	5	4	5	5	5	24
37	5	4	5	5	5	24
38	5	4	5	5	5	24
39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	5	25
41	4	5	5	5	4	23
42	3	3	4	3	3	16
43	4	5	4	5	4	22
44	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	5	5	5	25
47	4	4	4	5	5	22
48	5	5	5	5	5	25
49	5	5	5	5	5	25
50	5	5	5	5	5	25
51	4	4	4	4	4	20
52	5	5	5	5	5	25
53	5	5	5	5	5	25
54	5	5	5	5	5	25
55	5	5	5	5	5	25
56	4	4	4	5	4	21
57	4	5	4	5	5	23
58	5	5	5	5	5	25
59	5	5	5	5	5	25
60	5	5	5	5	5	25
61	5	5	5	5	5	25
62	5	5	5	5	5	25
63	4	3	3	3	4	17
64	5	5	4	5	5	24
65	5	5	5	5	5	25
66	5	5	5	5	5	25
67	5	5	5	5	5	25
68	5	5	5	5	5	25

Nama Responden	Item Pertanyaan Promosi					Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
69	5	5	5	5	5	25
70	5	5	5	5	5	25
71	4	5	4	4	4	21
72	4	5	4	4	4	21
73	3	5	5	4	5	22
74	3	5	3	4	3	18
75	2	5	4	4	3	18
76	2	5	2	5	4	18
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	5	25
79	4	4	4	4	4	20
80	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	5	25
82	5	4	4	5	5	23
83	5	5	5	5	5	25
84	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	5	5	25
86	5	5	5	5	5	25
87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	5	5	5	25
89	5	5	5	5	5	25
90	5	5	5	5	5	25
91	4	4	4	4	4	20
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	4	5	5	24
94	5	5	5	5	5	25
95	5	5	5	5	5	25
96	5	5	5	5	5	25
97	5	5	5	5	5	25
98	5	5	5	5	5	25
99	5	5	5	5	5	25
100	5	5	5	4	5	24
101	5	5	4	5	5	24
102	5	5	5	5	5	25
103	5	4	5	4	5	23
104	5	5	5	4	5	24
105	5	5	5	5	5	25
106	5	5	5	5	5	25
107	4	4	4	4	5	21

Nama Responden	Item Pertanyaan Promosi					
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2
108	5	5	5	5	5	25
109	5	5	5	5	5	25
110	5	5	5	5	5	25
111	5	5	5	4	5	24
112	5	5	5	5	5	25
113	5	5	5	5	5	25
114	5	5	5	5	5	25
115	5	5	5	5	5	25
116	5	5	5	5	5	25
117	5	5	5	5	5	25
118	5	5	5	5	5	25
119	5	5	5	5	5	25
120	5	5	4	5	4	23

Variabel Kualitas pelayanan

Nama Responden	Item Pertanyaan Kualitas Pelayanan						
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total_X3
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	5	4	4	3	3	23
3	4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	3	5	5	5	25
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	1	5	3	3	20
7	4	5	1	5	2	5	22
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	5	5	5	5	5	30
10	4	4	4	3	4	3	22
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	5	5	5	30
13	4	5	5	5	5	5	29
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

Nama Responden	Item Pertanyaan Kualitas Pelayanan						Total_X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
22	1	1	1	1	1	1	6
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	5	4	4	4	25
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	4	5	4	5	28
30	5	5	5	4	5	4	28
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	5	5	5	5	5	4	29
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	4	4	4	5	5	5	27
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	4	4	4	4	4	24
44	5	5	5	5	5	5	30
45	5	5	5	5	5	5	30
46	5	4	5	4	4	5	27
47	5	5	5	5	5	5	30
48	5	5	5	5	5	5	30
49	4	4	5	4	5	5	27
50	5	5	5	5	5	5	30
51	4	4	4	4	4	4	24
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	4	4	5	5	4	4	26
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	5	5	5	5	30
60	5	5	5	5	4	4	28

Nama Responden	Item Pertanyaan Kualitas Pelayanan						Total_X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	5	5	5	5	5	30
63	4	4	5	4	4	4	25
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	4	4	4	4	4	5	25
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	4	4	5	4	5	4	26
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	4	4	4	4	4	4	24
85	5	5	5	5	5	5	30
86	5	5	5	5	5	5	30
87	5	5	5	5	5	5	30
88	3	5	3	4	4	4	23
89	5	5	5	5	5	5	30
90	5	5	5	5	5	5	30
91	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	4	5	4	25
94	5	5	5	5	5	5	30
95	4	4	4	4	5	5	26
96	5	5	4	4	4	5	27
97	5	5	5	5	5	5	30
98	5	4	4	4	5	5	27
99	5	5	5	5	5	5	30

Nama Responden	Item Pertanyaan Kualitas Pelayanan						
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total_X3
100	5	5	5	5	5	5	30
101	5	5	5	5	5	5	30
102	5	5	5	5	5	5	30
103	5	5	5	5	5	5	30
104	5	5	5	5	5	5	30
105	4	4	5	4	4	4	25
106	5	5	5	5	5	5	30
107	5	5	4	5	5	5	29
108	5	5	5	5	5	5	30
109	4	5	5	5	5	5	29
110	5	5	5	5	5	5	30
111	5	5	5	5	5	4	29
112	5	5	5	5	5	4	29
113	5	5	5	5	5	5	30
114	5	5	5	4	5	5	29
115	5	5	5	5	5	5	30
116	5	5	5	5	4	4	28
117	5	5	5	5	5	4	29
118	5	5	5	5	5	4	29
119	5	5	5	5	5	5	30
120	4	4	4	4	4	4	24

Nama Responden	Item Pertanyaan Keputusan Pembelian								
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Total_Y
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	4	4	5	4	4	4	4	4	33
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	3	4	3	4	3	3	4	29
5	4	4	4	3	3	3	3	4	28
6	3	2	5	4	3	4	3	4	28
7	2	5	5	5	5	3	5	5	35
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	4	4	3	3	4	3	4	4	29
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	4	4	4	4	5	4	4	4	33
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40

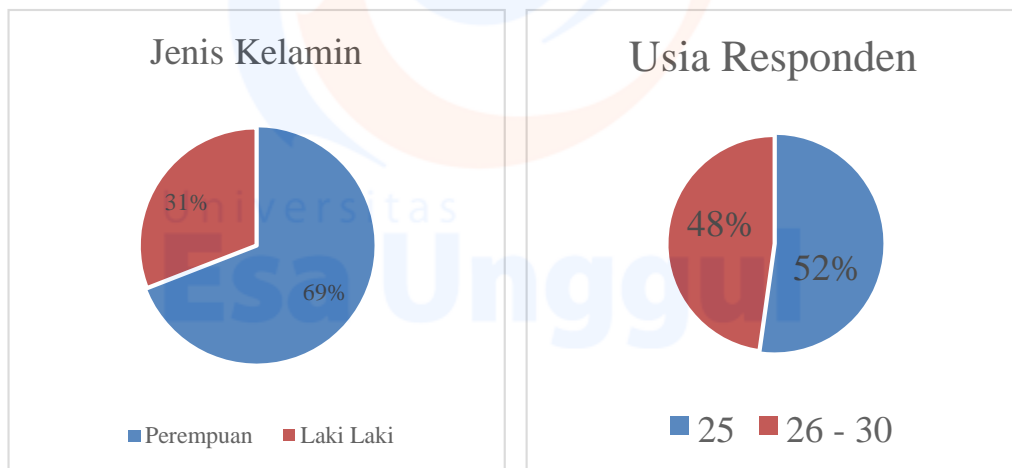
Nama Responden	Item Pertanyaan Keputusan Pembelian								Total_Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	1	1	1	1	1	1	1	1	8
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	2	3	3	3	4	4	3	3	25
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	5	5	5	4	5	5	5	5	39
30	4	4	4	5	5	5	5	5	37
31	4	4	4	4	4	3	4	4	31
32	4	4	4	4	4	3	4	4	31
33	4	4	4	4	4	3	5	5	33
34	5	5	5	5	5	3	5	5	38
35	5	5	5	5	5	3	5	5	38
36	5	5	5	5	5	3	5	5	38
37	5	5	5	5	5	3	5	5	38
38	5	5	5	5	5	3	5	5	38
39	5	5	5	5	5	3	5	5	38
40	5	5	5	5	5	3	5	5	38
41	4	4	4	4	4	3	5	5	33
42	4	3	4	4	4	4	3	4	30
43	4	5	5	5	5	5	5	5	39
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	5	5	5	5	5	5	4	4	38
46	5	4	5	5	5	5	5	4	38
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	4	4	4	4	4	4	4	5	33
49	4	5	4	4	4	4	4	4	33
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	4	4	4	4	4	5	5	4	34
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40

Nama Responden	Item Pertanyaan Keputusan Pembelian								Total_Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	5	5	5	5	5	5	5	4	39
57	5	5	4	4	5	4	5	5	37
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	4	4	5	4	5	5	5	4	36
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	3	4	4	4	4	3	3	3	28
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	5	5	5	5	5	5	5	4	39
67	5	5	5	5	5	5	5	4	39
68	5	4	4	5	5	5	5	4	37
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73	5	5	5	5	5	5	5	4	39
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	3	3	4	3	3	3	3	3	25
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	5	5	5	5	5	5	5	5	40
83	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84	5	5	5	5	5	5	5	5	40
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	5	5	5	5	5	5	5	5	40
87	5	5	5	5	5	5	5	5	40
88	4	5	5	4	4	4	4	4	34
89	5	5	5	5	5	5	5	5	40
90	5	5	5	5	5	5	5	5	40
91	5	5	5	4	5	5	5	5	39
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32

Nama Responden	Item Pertanyaan Keputusan Pembelian								Total_Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
93	4	4	4	5	5	5	5	4	36
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40
95	4	5	5	5	4	5	5	5	38
96	5	3	3	4	3	3	3	4	28
97	5	5	5	5	5	5	5	4	39
98	5	5	5	5	5	5	5	5	40
99	5	5	5	5	5	5	5	5	40
100	5	5	5	5	4	4	5	5	38
101	5	5	5	5	5	5	5	5	40
102	5	5	5	5	5	5	5	5	40
103	5	5	5	5	5	5	5	5	40
104	5	5	5	5	5	5	5	5	40
105	4	5	5	5	5	5	5	5	39
106	5	5	5	5	5	5	5	5	40
107	5	5	5	5	5	5	5	5	40
108	5	5	5	5	5	5	5	5	40
109	5	5	5	5	5	5	5	5	40
110	5	5	5	5	5	5	5	5	40
111	5	5	5	5	5	5	5	5	40
112	5	5	5	5	5	5	5	5	40
113	5	5	5	5	5	5	5	5	40
114	5	5	5	5	5	5	5	5	40
115	5	5	5	5	5	5	5	5	40
116	5	5	5	5	5	5	5	5	40
117	5	5	5	5	5	5	5	5	40
118	5	5	5	5	5	5	5	5	40
119	5	5	5	5	5	5	5	5	40
120	5	5	5	5	5	5	5	5	40

Lampiran 6

Hasil Output Data



Tabel 1 Hasil Validitas Harga

Item Pertanyaan	R Hitung Person Correlatin R Hitung	R TABEL	Nilai signifikansi	KETERANGAN
Pertanyaan 1	0,724	0.1779	0	V
Pertanyaan 2	0,737	0.1779	0	V
Pertanyaan 3	0,494	0.1779	0	V
Pertanyaan 4	0,579	0.1779	0	V
Pertanyaan 5	0,697	0.1779	0	V

Tabel 2 Hasil Validitas Promosi

Item Pertanyaan	R Hitung Person Correlatin R Hitung	R TABEL	Nilai signifikansi	KETERANGAN
Pertanyaan 6	0,650	0.1779	0	V
Pertanyaan 7	0,627	0.1779	0	V
Pertanyaan 8	0,547	0.1779	0	V
Pertanyaan 9	0,654	0.1779	0	V
Pertanyaan 10	0,667	0.1779	0	V

Tabel 3 Hasil Validasi Validitas Kualitas Pelayanan

Item Pertanyaan	R Hitung Person Correlatin R Hitung	R TABEL	Nilai signifikans i	KETERANGAN
Pertanyaan 11	0,794	0.1779	0	V
Pertanyaan 12	0,768	0.1779	0	V
Pertanyaan 13	0,624	0.1779	0	V
Pertanyaan 14	0,741	0.1779	0	V
Pertanyaan 15	0,687	0.1779	0	V
Pertanyaan 16	0,719	0.1779	0	V

Tabel 4 Hasil Validitas Keputusan Pembelian

Item Pertanyaan	R Hitung Person Correlatin R Hitung	R TABEL	Nilai signifikans i	KETERANGAN
Pertanyaan 17	0,841	0.1779	0	V
Pertanyaan 18	0,915	0.1779	0	V
Pertanyaan 19	0,894	0.1779	0	V
Pertanyaan 20	0,933	0.1779	0	V
Pertanyaan 21	0,927	0.1779	0	V
Pertanyaan 22	0,782	0.1779	0	V
Pertanyaan 23	0,932	0.1779	0	V
Pertanyaan 24	0,867	0.1779	0	V

Sumber : Data yang di olah 2021

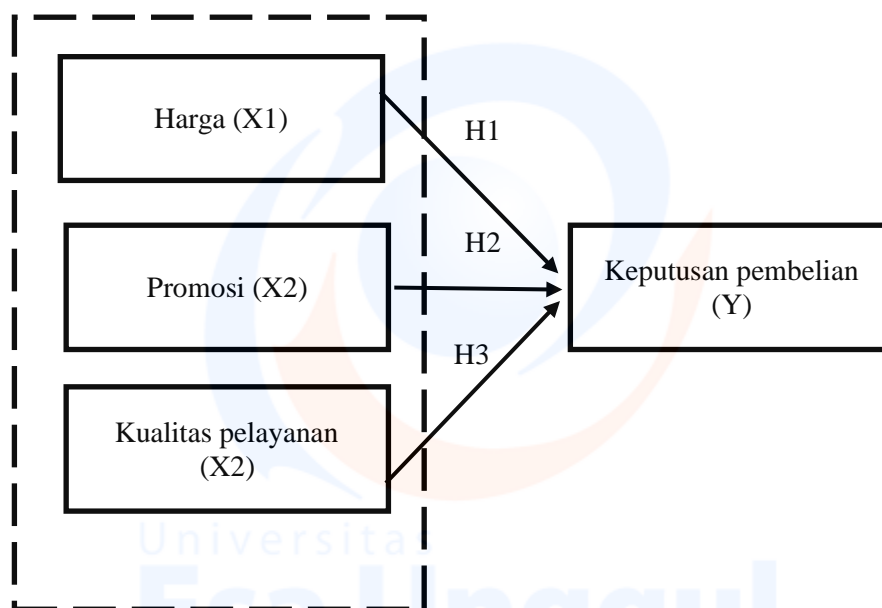
DAFTAR TABEL

Tabel Uji Reabilitas

	Cronbach's Alpha if Item	R Tabel	Keterangan
Harga	0,879	0.60	Reliabel
Promosi	0,894	0.60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,855	0.60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,904	0.60	Reliabel

Sumber : Data yang di olah 2021

Regresi Linear Berganda



Keterangan :

Y = Pembelian Keputusan

X1 = Harga

X2 = Promosi

X3 = Kualitas Pelayanan

b1, b2 dan b3 = Koefisien Regresi

e = faktor lain Variabel Dependen diluar yang di teliti

Tabel Uji Hipotesis

- Uji t (uji persial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,113	2,263		,050	,960
	Harga	,457	,191	,242	2,399	,018
	Promosi	,323	,125	,198	2,584	,011
	Kualitas Pelayanan	,674	,141	,469	4,795	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel Uji signifikansi simultan

- Uji signifikansi simultan (uji f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1803,750	3	601,250	97,704	,000 ^b
	Residual	713,842	116	6,154		
	Total	2517,592	119			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga

Lampiran 7 Cek Similarity turnitin

SKIPSI SELVIA

ORIGINALITY REPORT

14% SIMILARITY INDEX **15%** INTERNET SOURCES **10%** PUBLICATIONS **%** STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ojs.kalbis.ac.id Internet Source	2%
2	simki.unpkediri.ac.id Internet Source	1%
3	eprints.undip.ac.id Internet Source	1%
4	repository.unimus.ac.id Internet Source	1%
5	eprints.radenfatah.ac.id Internet Source	1%
6	repository.upstegal.ac.id Internet Source	1%
7	eprints.dinus.ac.id Internet Source	1%
8	adoc.pub Internet Source	1%
9	repository.umsu.ac.id Internet Source	1%

**Lampiran 8
Biodata Penulis**

BIODATA PENULIS

Nama : Selvia Agustian Tanjung

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat, Tanggal Lahir : Lahat, 21 Agustus 1997

NIM : 20170101472

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis