

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis variabel variasi menu, harga dan kualitas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Mayoritas pelanggan Rumah Makan Prekju Yk cabang Kusumanegara yang menjadi responden dalam penelitian ini berusia 17-22 tahun, berjenis kelamin laki-laki dengan pendidikan terakhir tamatan SMA/SMK/ sederajat. Berdasarkan profesi, responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa mendominasi. Dengan ini dapat dilihat bahwa mayoritas pelanggan dari Rumah Makan Prekju Yk merupakan generasi muda.
2. Hasil Uji F pengaruh variasi menu (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) memperoleh hasil positif yang menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal tersebut ditinjau dari hasil  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $27,503 > 2,77$ . Dengan demikian berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
3. Analisis mengenai ada atau tidaknya faktor yang mendominasi atau paling kuat dalam mempengaruhi minat beli konsumen dapat dilihat melalui hasil Uji t pengaruh parsial variasi menu (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3). Besarnya t tabel pada penelitian ini adalah

2,00324, dengan taraf signifikan  $< 0,05$ . Sehingga jika  $t$  hitung pada masing-masing variabel  $> 2,00324$  dengan signifikan  $< 0,05$  maka variabel tersebut dinyatakan berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel dependen minat beli konsumen.  $t$  hitung variabel variasi menu (X1) adalah sebesar 2,431 dengan taraf signifikansi sebesar 0,018 maka variabel variasi menu berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Lalu pada variabel harga (X2) diperoleh hasil  $t$  hitung sebesar 3,153 dengan nilai signifikan 0,001. Maka dapat dinyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel Y yaitu minat beli konsumen. Begitu pula pada variabel kualitas pelayanan, pada variabel X3 ini diperoleh hasil  $t$  hitung sebesar 3,383 dengan nilai signifikan 0,000. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Nilai Beta pada masing-masing variabel X yaitu variasi menu (X1) sebesar 0,238, dan harga (X2) sebesar 0,344, sedangkan pada nilai Beta pada kualitas pelayanan adalah sebesar 0,361. Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan merupakan faktor paling dominan dan terkuat dalam mempengaruhi minat beli konsumen terhadap Rumah Makan Prekju Yk karena memiliki nilai  $t$  hitung dan nilai Beta paling besar. Artinya, jika nilai kualitas pelayanan meningkat, maka minat beli konsumen juga akan mengalami peningkatan secara signifikan, begitupun sebaliknya. Maka  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{o2}$  ditolak.

4. Dari hasil uji koefisien determinasi  $R^2$ , diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,574 artinya variabel dependen 57,4% dipengaruhi oleh variabel independent dalam model penelitian ini, sedangkan sisanya sebesar 42,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Berdasarkan pendapat dari peneliti, 42,6% faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah lokasi, promosi dan merek. Dengan adanya lokasi yang strategis maka konsumen dengan mudah mengetahui info tentang produk yang ditawarkan, dan promosi yang luas akan mempercepat proses pengetahuan konsumen akan produk Rumah Makan Prekju Yk, sedangkan untuk usaha kuliner ternama tentu telah dikenal oleh masyarakat umum sehingga dapat meningkatkan minat beli yang tercipta dari rasa percaya konsumen terhadap suatu merek. Namun ketiga faktor lain tersebut masih belum tentu juga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Rumah Makan Prekju Yk karena belum adanya penelitian dan uji regresi akan variabel tersebut, sehingga pendapat yang disampaikan oleh peneliti ini masih hipotesis semata.

## **B. Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, peneliti memberikan rekomendasi-rekomendasi yang sekiranya dapat bermanfaat untuk semua pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun rekomendasi yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengelola Rumah Makan Prekju Yk

a. Terkait variasi menu

Mengupayakan agar ketersediaan setiap menu tetap terjaga serta memastikan agar setiap menu sesuai dengan apa yang telah ditawarkan kepada pelanggan baik dari segi jenis, rasa dan juga porsi supaya tercapai suatu *customer satisfaction* atau kepuasan pelanggan.

b. Terkait harga

Mempertahankan atau melakukan penggantian harga agar ada kesesuaian dengan biaya produksi dan daya beli pelanggan, namun tetap memberikan manfaat yang sebanding dengan apa yang pelanggan bayarkan.

c. Terkait kualitas pelayanan

Karyawan harus selalu menjaga *image* baik dalam memberikan pelayanan yang tulus dan lebih memahami apa yang pelanggan butuhkan. Meningkatkan kepekaan terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta menjaga, merawat dan menata fasilitas yang ada dengan lebih baik, rapi dan bersih. Memberikan pelayanan *after sales* juga dapat dilakukan agar menambah citra positif.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti sangat menyadari adanya keterbatasan kemampuan yang dimiliki, banyak hal yang masih perlu dikaji terkait penelitian yang peneliti lakukan. Namun penelitian ini diharapkan dapat menjadi

informasi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan kajian serupa mengenai minat beli konsumen agar memilih responden yang tepat dan dapat memberikan penilaian atau data yang akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, A. G & H. P. Sunardi. (2016). Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Gesit Nusa Tangguh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 16, No. 1  
Tersedia <https://media.neliti.com/media/publications/98066-ID-pengaruh-kompensasi-dan-disiplin-kerja-t.pdf>
- Anggraeni, H. (2019). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Desa Pasir Panjang Taman Nasional Komodo: tidak dipublikasikan*. Yogyakarta: Jurusan Usaha Perjalanan Wisata. Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
- Angriani, A. (2018). Pengaruh Varian Menu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Catering Ukhuwah di Makassar.  
Tersedia [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/2348-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/2348-Full_Text.pdf)
- Arief, A. S. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36.  
Tersedia <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/436>
- Ivan Aditya. (2020). Achong Kaloka, Modal Rp 300 ribu kini berkembang jadi 11 outlet.  
Tersedia <https://www.krjogja.com/berita-lokal/diy/yogyakarta/achong-kaloka-modal-rp-300-ribu-kini-berkembang-jadi-11-outlet/5/>, diakses 8 Desember 2021.
- Kamanda, Handoyo & Sri Suryoko. (2016). Kualitas Pelayanan, Variasi Menu dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*.  
Tersedia <https://media.neliti.com/media/publications/187607-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-variasi-menu.pdf>
- Krosita Galuh & Megayanti. (2017). Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pemasaran pada Pengolahan Manisan Pamelon.  
Tersedia <https://eprints.umm.ac.id/36331/>
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3<sup>rd</sup> ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Mauludin, H. (2013). *Marketing Research : Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Muhadi & Djamudin. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Jasa dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Hotel Grand Cempaka). *Jurnal Manajemen*. IV(4). 1-4

- Mursid. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rangga, Yanti, Agus, Ibnu, Retno, Rina, Suwantica, Ria, Dewi, Jeffry, Martinus & Aisyah Zede, Vina. (2021). *Statistika Seri Dasar SPPS*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Santosa. (2018). *Statistik Hospitalitas*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (17<sup>th</sup> ed.)*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukri, H. M. N (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada CV. Master Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu.  
Tersedia <https://www.neliti.com/id/publications/24324/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli-konsumen-pada-cv-master-pasir-pengara>
- Suradi, Mujiono & Yunelly, A. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Tepung Sagu (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Selat Akar Merbau). *Jurnal Administrasi Niaga*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Widyarto, D, Hidayat, W. & Dewi, R.S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Research pada Hotel Pandanaran Semarang. *Diponegoro Journal Of Social and Politic*, Vol. 1, No. 1, pp 117-124
- Yandrianis & Suyanto, A.M.A. (2015). Pengaruh Service Quality dan Price Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Low Cost Carrier di Indonesia.  
Tersedia <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/998>
- Zakaria. Ir., MM. (2013). *Populasi dan Sampel*.  
Tersedia <https://www.slideshare.net/cvrhmat/populasi-dan-sampel-17072575>

# LAMPIRAN



## Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

Jl. Laksa Adisucipto Km.5 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
Telp / Fax : (0274) 485115 - 489614 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 308/Q/AMPTA/XII/2021  
Hal : Permohonan Penelitian

Yogyakarta, 02 Desember 2021

Kepada Yth  
Bapak/Ibu  
Pemilik Rumah Makan Prekju YK  
Cabang Kusumanegara  
Jl. Kusumanegara, Warungboto,  
Kecamatan Umbulharjo  
Yogyakarta

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Rumah Makan Prekju Yk Yogyakarta selama 4 minggu terhitung mulai tanggal 02 Desember 2021 sampai dengan tanggal 02 Januari 2022, bagi mahasiswa kami dari Jurusan D IV Pengelolaan Perhotelan:

Nama Mahasiswa : Karina Novinti  
No Mahasiswa : 317101005  
Semester : IX (Sembilan)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul : **"ANALISIS FAKTOR MINAT BELI KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN PREKJU YK YOGYAKARTA"**. Proposal Penelitian akan dikusertakan oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami  
Ketua

Drs. Prihono, M.M.

Tembusan:  
- File

## Lampiran 2 Surat Balasan Izin Penelitian



### **PREKJU YK**

Jl. Kusumanegara, Warungboto, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta,  
Daerah Istimewa Yogyakarta 55167 Telp. (089) 647794847,  
email: officialprekjuyk@gmail.com

#### SURAT KETERANGAN

Nomor : 021/Prekju/XII/2021

Berdasarkan surat izin penelitian dengan nomor: 308/Q.AMPTA/XII/2021 tertanggal 02 Desember 2021, yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eria Puty Pratiwi  
Jabatan : Staff Pengelola Prekju YK Cabang Kusumanegara

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang beridentitas di bawah ini :

Nama : Karina Novianti  
NIM : 317101005  
Perguruan Tinggi : STP AMPTA Yogyakarta  
Jurusan : D IV Pengelolaan Perhotelan

Kami berikan izin untuk melaksanakan penelitian mahasiswa di Prekju YK terhitung mulai tanggal 02 Desember 2021 s/d 02 Januari 2021 dengan judul "ANALISIS FAKTOR MINAT BELI KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN PREKJU YK YOGYAKARTA"

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana perlunya.

Yogyakarta, 04 Desember 2021

Staff Pengelola Cabang

  
Eria Puty Pratiwi

### **Lampiran 3 Kuesioner Penelitian**

#### **Analisis Faktor Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan**

#### **Prekju Yk Yogyakarta**

Dengan hormat, saya Karina Novianti mahasiswi Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta, sedang melakukan penelitian mengenai Analisis Faktor Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Prekju Yk Yogyakarta.

Dalam rangka pengumpulan data untuk penelitian ini, saya mohon kesediaan sdr/sdri mengisi beberapa pertanyaan dari kuesioner yang telah disediakan di bawah ini dengan sebenar-benarnya, karena informasi dari sdr/sdri akan sangat bermanfaat bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas waktu dan bantuannya, saya sampaikan terima kasih.

#### **IDENTITAS RESPONDEN**

**Pilih salah satu jawaban dengan memberi tanda centang (✓) pada setiap pertanyaan**

Nama :

Profesi :

Usia :  17 tahun–22 tahun  29 tahun–34 tahun

23 tahun–28 tahun  35 tahun–40 tahun

Jenis Kelamin :  Perempuan  Laki-laki

Pendidikan :  SMP/Sederajat  S1

SMA/SMK/Sederajat  S2

Diploma  Lainnya

Berapa kali Anda berkunjung dan membeli produk Rumah Makan Prekju Yk ?

1 kali                       2 kali                       > 3 kali

### KUESIONER

**Petunjuk : Pilih salah satu skala (SS, S, TS atau STS) dengan memberi tanda centang (✓) pada setiap pernyataan sesuai dengan penilaian Anda!**

**Keterangan :**

**SS : Sangat Setuju**

**S : Setuju**

**TS : Tidak Setuju**

**STS : Sangat Tidak Setuju**

### DAFTAR PERNYATAAN

#### Variasi Menu (X1)

<b>Indikator Rasa Produk</b>	<b>Skala</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Cita rasa pada makanan dan minuman yang disajikan sangat memuaskan				
<b>Indikator Jenis Produk</b>	<b>Skala</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Jenis makanan dan minuman di Prekju Yk beragam dan sesuai dengan selera saya				
<b>Indikator Porsi Produk</b>	<b>Skala</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Porsi dari makanan dan minuman sangat sesuai dengan harapan saya				

**Harga (X2)**

<b>Indikator Keterjangkauan Harga</b>	<b>Skala</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Harga dari masing-masing produk Prekju Yk sesuai dengan daya beli saya				
<b>Indikator Kesesuaian Harga</b>	<b>Skala</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Harga yang saya bayarkan sesuai dengan manfaat produk yang saya dapatkan				
<b>Indikator Daya Saing Harga</b>	<b>Skala</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Harga produk di Prekju Yk sangat kompetitif dengan rumah makan lain yang sejenis				

**Kualitas Pelayanan (X3)**

<b>Indikator <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)</b>	<b>Skala</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Penampilan karyawan Rumah Makan Prekju Yk menarik, rapi dan bersih				
<b>Indikator <i>Reliability</i> (Terpercaya)</b>	<b>Skala</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan				

<b>Indikator <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)</b>	<b>Skala</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Kesigapan karyawan dalam memberikan pelayanan mulai dari pelanggan datang hingga meninggalkan Rumah Makan Prekju Yk				
<b>Indikator <i>Assurance</i> (Jaminan)</b>	<b>Skala</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Terjaminnya keselamatan fisik, materi dan privasi saya saat berada di Rumah Makan Prekju Yk				
<b>Indikator <i>Empathy</i> (Empati)</b>	<b>Skala</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Pemahaman dan perhatian karyawan akan kebutuhan, keinginan dan sikap konsumen secara individual				

### **Minat Beli (Y)**

<b>Indikator Eksploratif</b>	<b>Skala</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Saya dengan sengaja mencari informasi (harga, menu, lokasi, dll) mengenai Rumah Makan Prekju Yk melalui media sosial				
<b>Indikator Transaksional</b>	<b>Skala</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Saya bersedia membayar untuk membeli dan memiliki produk Prekju Yk				

<b>Indikator Preferensial</b>	<b>Skala</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Rumah Makan Prekju Yk sebagai tujuan dan pilihan pertama bagi saya dalam menentukan tempat makan spesialis ayam geprek dibanding rumah makan lain yang sejenis				
<b>Indikator Reseferensial</b>	<b>Skala</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Saya merekomendasikan dengan menceritakan hal-hal positif mengenai Rumah Makan Prekju Yk kepada orang terdekat (saudara/teman/tetangga,dll)				

**Krtik dan saran :**

.....

.....

.....

### Lampiran 4 Data Hasil Penelitian

No.	Variasi Menu (X1)			Total	Harga (X2)			Total	Kualitas Pelayanan (X3)					Total	Minat Beli (Y)				Total
	X1.1	X1.2	X1.3		X2.1	X2.2	X2.3		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		Y1	Y2	Y3	Y4	
1	3	3	3	9	4	3	4	11	4	3	4	3	1	15	3	3	3	3	12
2	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	4	1	17	4	4	4	4	16
3	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	1	13	3	3	3	3	12
4	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	2	3	14	3	3	3	3	12
5	3	3	3	9	4	3	3	10	4	3	4	3	3	17	3	3	3	3	12
6	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
7	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	4	4	3	17	4	3	3	4	14
8	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	12
9	4	4	4	12	3	4	3	10	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	16
10	3	3	3	9	4	4	4	12	4	3	4	4	4	19	4	3	4	3	14
11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
12	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	16
13	3	3	3	9	3	3	3	9	4	2	3	3	3	15	3	3	3	3	12
14	3	3	4	10	4	3	4	11	3	3	3	3	2	14	4	3	3	4	14
15	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	4	3	18	4	4	4	4	16
16	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
17	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	1	13	3	3	3	3	12
18	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	4	1	16	4	4	4	4	16
19	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
20	4	4	4	12	4	3	3	10	3	2	3	4	1	13	3	3	3	3	12
21	4	3	3	10	4	3	3	10	3	1	3	3	1	11	3	4	3	3	13
22	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	3	2	17	4	3	4	3	14
23	4	3	3	10	4	4	3	11	3	2	3	4	2	14	3	4	4	3	14
24	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15
25	4	4	3	11	4	3	4	11	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	16
26	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	16
27	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
28	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
29	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
30	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	3	3	15	3	2	3	3	11
31	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
32	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
33	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	16
34	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	16
35	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	4	3	3	17	3	4	4	4	15
36	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	4	3	4	19	4	3	4	4	15
37	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	3	4	17	4	4	4	4	16
38	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	12
39	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16
40	4	3	3	10	3	4	3	10	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	15
41	4	4	4	12	3	4	3	10	4	4	3	3	3	17	3	3	2	4	12
42	3	4	2	9	3	3	3	9	3	2	3	2	3	13	3	4	3	3	13
43	4	3	3	10	3	3	3	9	3	2	2	3	2	12	3	3	3	3	12
44	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
45	4	4	3	11	3	4	3	10	3	3	3	4	3	16	3	3	4	3	13
46	4	3	3	10	3	3	3	9	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	12
47	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	2	4	4	3	13
48	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	12
49	4	4	4	12	3	3	4	10	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
50	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
51	3	4	4	11	3	3	4	10	4	3	3	3	3	16	3	4	4	4	15
52	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	4	3	3	4	14
53	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	3	3	3	15	3	3	4	4	14
54	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	3	3	16	3	3	3	4	13
55	4	4	4	12	4	3	4	11	4	3	3	3	3	16	2	4	4	4	14
56	4	4	4	12	3	3	4	10	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
57	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	4	4	3	14
58	3	4	4	11	3	3	3	9	3	2	2	3	3	13	2	3	3	3	11
59	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	3	4	4	17	3	3	4	3	13
60	4	4	3	11	4	3	4	11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
Total	210	208	205	623	208	201	202	611	203	185	198	193	175	954	197	203	207	206	813



## Lampiran 5 Output SPSS Versi 26.0

### A. Uji Validitas

#### 1. Variabel Variasi Menu (X1)

		<b>Correlations</b>			
		X1.1	X1.2	X1.3	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.866**	.722**	.924**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.866**	1	.850**	.967**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.722**	.850**	1	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
TOTALX1	Pearson Correlation	.924**	.967**	.915**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

#### 2. Variabel Harga (X2)

		<b>Correlations</b>			
		X2.1	X2.2	X2.3	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.279	.435*	.733**
	Sig. (2-tailed)		.135	.016	.000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.279	1	.398*	.732**
	Sig. (2-tailed)	.135		.029	.000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.435*	.398*	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.016	.029		.000
	N	30	30	30	30
TOTALX2	Pearson Correlation	.733**	.732**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

### 3. Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTALX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.299	.677**	.085	.114	.591**
	Sig. (2-tailed)		.109	.000	.654	.548	.001
	N	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.299	1	.535**	.172	.219	.698**
	Sig. (2-tailed)	.109		.002	.365	.245	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.677**	.535**	1	.404*	.061	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.027	.750	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.085	.372	.504*	1	.013	.748**
	Sig. (2-tailed)	.654	.365	.027		.947	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.114	.219	.061	.013	1	.629**
	Sig. (2-tailed)	.548	.245	.750	.947		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALX3	Pearson Correlation	.591**	.698**	.736**	.448*	.629**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.013	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

### 4. Variabel Minat Beli (Y)

		Correlations				
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TOTALY
Y1.1	Pearson Correlation	1	.506**	.722**	.791**	.857**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.506**	1	.760**	.686**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.722**	.760**	1	.649**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	.791**	.686**	.649**	1	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTALLY	Pearson Correlation	.857**	.852**	.896**	.891**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

## B. Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	4

## C. Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.999	1.402		.712	.479
	X1VARIASIMENU	.300	.124	.238	2.431	.018
	X2HARGA	.463	.147	.344	3.153	.001
	X3KUALITASPELAYANAN	.297	.088	.361	3.383	.000

a. Dependent Variable: YMINATBELIKONSUMEN

## D. Uji F

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	100.582	3	33.527	27.503	.000 <sup>b</sup>
	Residual	68.268	56	1.219		
	Total	168.850	59			

a. Dependent Variable: YMINATBELIKONSUMEN

b. Predictors: (Constant), X3KUALITASPELAYANAN, X1VARIASIMENU, X2HARGA

## E. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 <sup>a</sup>	.596	.574	1.10411

a. Predictors: (Constant), X3KUALITASPELAYANAN, X1VARIASIMENU, X2HARGA

Lampiran 6 Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68258	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01280	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00756	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66996	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64896	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64296	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66516	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Lampiran 7 Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78







### Barbeque

Nasi ayam geprek dengan ayam barbeque yang dibuat dari bahan pilihan berkualitas

15k

### Cheesy

Nasi ayam geprek dengan ayam kebab yang dibuat dari bahan pilihan berkualitas

17k



### Jeddar

Nasi ayam geprek dengan taburan keju cheddar pilihan

16k

### Mix Cheddar

Nasi ayam geprek dengan paprika dan keju cheddar dan saus barbekyu

17k

13k

Extra  
Pasta 1k  
Saus 1k  
Pasta 1k  
Saus 1k



18k

19k



19k

### DarkMelt

Nasi ayam geprek dengan lelehan keju cheddar film yang terbuat dari paprika dan cili dan daging



20k

### KEJUTAN

Nasi Ayam Geprek dengan taburan keju cheddar dan kebab kebab pilihan

21k

### ReMIX

Nasi Ayam Geprek dengan ayam kebab pilihan, paprika dan keju cheddar dan saus barbekyu




**B. Suasana Rumah Makan Prekju Yk Cabang Kusumanegara**





Lampiran 9 Lembar Bimbingan

**LEMBAR BIMBINGAN**



**NAMA MAHASISWA:** KALINA NURANTI

**NO. MAHASISWA:** 317181005

**JUDUL PENELITIAN:** Analisis Faktor Minat Beli Konsumen pada Produk X di Yogyakarta

**NAMA PEMBIMBING I:** Drs. Santosa, MM

**NAMA PEMBIMBING II:** Hari Rahmadi, SE, MM

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	23/08/2014	ulas 3 variabel independen ke dalam latar belakang	
2	10/09/2014	Menulis bahasa menjadi bahasa akademik	
3	10/10/2014	Intas paper 10th	
4	20/10/2014	Kuesioner	
5	10/11/2014	py wa. kator	
6	10/12/2014	ACC proposal	
7	20/01/2015	Buat tabel pada penelitian terdahulu	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	23/08/2014	hifa dan pyun	
2	10/09/2014	donale dugi	
3	10/10/2014	A. mardani	
4	10/11/2014	F. arwani	
5	10/12/2014	metode pengumpulan	
6	20/01/2015	pyun 3	
7	10/02/2015	alat analisis	
8	10/03/2015	pyun	
9	10/04/2015	pyun	
10	10/05/2015	pyun	
11	10/06/2015	pyun	
12	10/07/2015	pyun	
13	10/08/2015	pyun	
14	10/09/2015	pyun	
15	10/10/2015	pyun	
16	10/11/2015	pyun	
17	10/12/2015	pyun	
18	20/01/2016	pyun	
19	20/02/2016	pyun	
20	20/03/2016	pyun	
21	20/04/2016	pyun	
22	20/05/2016	pyun	
23	20/06/2016	pyun	
24	20/07/2016	pyun	
25	20/08/2016	pyun	
26	20/09/2016	pyun	
27	20/10/2016	pyun	
28	20/11/2016	pyun	
29	20/12/2016	pyun	
30	20/01/2017	pyun	
31	20/02/2017	pyun	
32	20/03/2017	pyun	
33	20/04/2017	pyun	
34	20/05/2017	pyun	
35	20/06/2017	pyun	
36	20/07/2017	pyun	
37	20/08/2017	pyun	
38	20/09/2017	pyun	
39	20/10/2017	pyun	
40	20/11/2017	pyun	
41	20/12/2017	pyun	
42	20/01/2018	pyun	
43	20/02/2018	pyun	
44	20/03/2018	pyun	
45	20/04/2018	pyun	
46	20/05/2018	pyun	
47	20/06/2018	pyun	
48	20/07/2018	pyun	
49	20/08/2018	pyun	
50	20/09/2018	pyun	
51	20/10/2018	pyun	
52	20/11/2018	pyun	
53	20/12/2018	pyun	
54	20/01/2019	pyun	
55	20/02/2019	pyun	
56	20/03/2019	pyun	
57	20/04/2019	pyun	
58	20/05/2019	pyun	
59	20/06/2019	pyun	
60	20/07/2019	pyun	
61	20/08/2019	pyun	
62	20/09/2019	pyun	
63	20/10/2019	pyun	
64	20/11/2019	pyun	
65	20/12/2019	pyun	
66	20/01/2020	pyun	
67	20/02/2020	pyun	
68	20/03/2020	pyun	
69	20/04/2020	pyun	
70	20/05/2020	pyun	
71	20/06/2020	pyun	
72	20/07/2020	pyun	
73	20/08/2020	pyun	
74	20/09/2020	pyun	
75	20/10/2020	pyun	
76	20/11/2020	pyun	
77	20/12/2020	pyun	
78	20/01/2021	pyun	
79	20/02/2021	pyun	
80	20/03/2021	pyun	
81	20/04/2021	pyun	
82	20/05/2021	pyun	
83	20/06/2021	pyun	
84	20/07/2021	pyun	
85	20/08/2021	pyun	
86	20/09/2021	pyun	
87	20/10/2021	pyun	
88	20/11/2021	pyun	
89	20/12/2021	pyun	
90	20/01/2022	pyun	
91	20/02/2022	pyun	
92	20/03/2022	pyun	
93	20/04/2022	pyun	
94	20/05/2022	pyun	
95	20/06/2022	pyun	
96	20/07/2022	pyun	
97	20/08/2022	pyun	
98	20/09/2022	pyun	
99	20/10/2022	pyun	
100	20/11/2022	pyun	
101	20/12/2022	pyun	



**NAMA MAHASISWA :** KARINA NOVANTI  
**NO. MAHASISWA :** 217101005  
**JUDUL PENELITIAN :** Analisis Faktor Minat Beli Konsumen pada Pritzjo Yk  
 Restoran Pritzjo (Angin Barat & Sunat)  
 di Yogyakarta  
**NAMA PEMBIMBING II :** Hari Rahmadi, SE, MM

**NAMA PEMBIMBING I :** Drs. Santosa, MM

NO.	TANGGAL	URAIAN BEMINGAN	PADAF
		Wawancara Individu / 2x	
		No 2 dan	
		berisi materi kuant	
		bers	
		diaplikasikan instrumen	
		tersebut	
	27/6	1) Uraian	
	27/6	2) teori	X
	20/6	3) kelay	X
		... materi kuant	X
		- - -	X
	1/10/24	~ Kler informal	bs

NO.	TANGGAL	URAIAN BEMINGAN	PADAF
		penomoran halaman	
		Daftar Isi	
		berisi kutipan	X
		jabatan faktor demograf	
		signifikan ringga	
	28/12/18	pe uji partia	X

