LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian

Kuisioner Penelitian

Perkenalkan saya Rindang Kharina Rinarsih Mahasiswi program studi Manajemen sedang melakukan penelitian dalam rangka penyususnan skripsi yang berjudul "PENGARUH INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN *MIXUE* TLOGO INDAH KOTA MALANG". Penelitian ini dilakukan untuk salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi tugas akhir (skripsi), untuk memperoleh gelar sarjana (S1).

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen *Mixue* Tlogo Indah Kota Malang. Saya memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi semua pertanyaan yang ada dengan jujur dan sesuai dengan petunjuk pengisiannya. Kuisioner ini hanya untuk kepentingan akademik, sehingga identitas responden akan dijaga kerahasiaannya dan tidak disebarluaskan. Kesediaan saudara/i dalam mengisi kuisioner ini dengan sebenar-benarnya akan sangat berarti bagi objektivitas hasil penelitian ini.

Hormat Peneliti

Rindang Kharina Rinarsih

A. Nama:

B. Jenis Kelamin:

C. Usia:

D. Status:

E. Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan sesuai pendapat saudara/i.

Setiap pertanyaan hanya memiliki satu pilihan jawaban.

Setiap nilai/skor akan mewakili tingkat sesesuaian dengan pendapat saudara/i

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
2 = Tidak Setuju (TS)
3 = Kurang Setuju (KS)
4 = Setuju (S)
5 = Sangat Setuju (SS)

F. Pertanyaan

INOVASI PRODUK

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Produk ini memiliki kualitas yang baik					
2.	Produk ini memiliki daya tahan yang memuaskan					
3.	Produk ini memiliki variasi yang beragam					
4.	Varian produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan saya					
5.	Produk ini memiliki desain yang menarik					
6.	Produk ini terlihat modern dan inovatif					

PERSEPSI HARGA

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Harga produk ini sesuai dengan kualitas yang diterima					
2.	Harga produk ini sebanding dengan manfaat yang diberikan					
3.	Harga produk ini tergolong wajar dibandingkan produk sejenis					
4.	Harga produk ini masih terjangkau bagi saya					
5.	Saya merasa puas dengan harga produk ini					
6.	Harga produk ini sesuai dengan harapan saya					

PROMOSI

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Tenaga penjualan mampu menjelaskan produk dengan baik					
2.	Citra perusahaan produk ini baik dimata masyarakat					
3.	Informasi produk yang disampaikan langsung kepada saya cukup jelas					
4.	Pemasaran langsung produk ini mendorong saya untuk membeli					

MINAT BELI ULANG

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya berniat membeli kembali produk ini					

2.	Produk ini akan menjadi pilihan utama saya dimasa mendatang					
3.	Saya berencana membeli produk ini kembali					
4.	Saya bersedia merekomendasikan produk ini kepada orang lain					
5.	Saya akan menyarankan produk ini kepada teman atau keluarga					
6.	Saya akan menceritakan pengalaman positif saya menggunakan produk ini					

Lampiran 3. Data Responden

Responden	Jenis Kelamin	Usia	Status
1	Perempuan	27 - 30 Tahun	Berkeluarga
2	Perempuan	23 - 26 Tahun	Mahasiswa
3	Perempuan	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
4	Perempuan	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
5	Laki - Laki	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
6	Perempuan	27 - 30 Tahun	Berkeluarga
7	Perempuan	27 - 30 Tahun	Berkeluarga
8	Perempuan	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
9	Perempuan	27 - 30 Tahun	Bekerja
10	Perempuan	27 - 30 Tahun	Berkeluarga
11	Perempuan	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
12	Laki - Laki	15 - 18 Tahun	Pelajar
13	Perempuan	15 - 18 Tahun	Pelajar
14	Perempuan	23 - 26 Tahun	Bekerja
15	Perempuan	19 - 22 Tahun	Bekerja
16	Perempuan	19 - 22 Tahun	Bekerja
17	Perempuan	19 - 22 Tahun	Bekerja
18	Perempuan	15 - 18 Tahun	Bekerja
19	Laki - Laki	27 - 30 Tahun	Bekerja
20	Perempuan	23 - 26 Tahun	Bekerja
21	Perempuan	15 - 18 Tahun	Pelajar
22	Perempuan	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
23	Perempuan	27 - 30 Tahun	Bekerja
24	Perempuan	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
25	Perempuan	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
26	Perempuan	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
27	Perempuan	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
28	Perempuan	19 - 22 Tahun	Bekerja
29	Laki - Laki	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
30	Perempuan	15 - 18 Tahun	Mahasiswa
31	Perempuan	15 - 18 Tahun	Mahasiswa
32	Perempuan	15 - 18 Tahun	Mahasiswa
33	Perempuan	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
34	Laki - Laki	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
35	Perempuan	19 - 22 Tahun	Berkeluarga
36	Perempuan	19 - 22 Tahun	Bekerja
37	Perempuan	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
38	Laki - Laki	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
39	Laki - Laki	19 - 22 Tahun	Mahasiswa
40	Laki - Laki	15 - 18 Tahun	Pelajar

Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden

RESPONDEN	VARIABEL INOVASI PRODUK (X1)							
	JK	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total
1	P	4	4	5	4	5	5	27
2	P	5	5	5	5	5	5	30
3	P	4	4	4	5	4	4	25
4	P	4	4	4	4	4	4	24
5	L	4	4	4	4	3	4	23
6	P	4	4	4	4	3	4	23
7	P	5	5	5	5	5	5	30
8	P	5	4	5	4	4	4	26
9	P	4	4	4	4	4	4	24
10	P	4	3	4	4	4	4	23
11	P	5	4	5	5	5	5	29
12	L	4	4	4	4	4	4	24
13	P	5	5	5	4	5	5	29
14	P	5	4	5	5	5	5	29
15	P	5	5	5	5	5	5	30
16	P	5	5	5	5	5	5	30
17	P	4	4	5	4	4	4	25
18	P	4	4	4	4	4	4	24
19	L	4	4	4	4	4	4	24
20	P	4	4	5	4	4	4	25
21	P	5	4	4	4	5	5	27
22	P	5	5	4	5	4	5	28
23	P	5	4	4	5	5	5	28
24	P	5	5	5	5	5	4	29
25	P	4	4	3	4	4	3	22
26	P	4	4	4	4	4	4	24
27	P	4	3	5	4	5	4	25
28	P	5	5	5	5	5	5	30
29	L	1	4	4	4	4	5	22
30	P	4	4	4	4	4	4	24
31	P	5	5	5	5	5	5	30
32	P	5	3	4	4	4	4	24
33	P	5	5	5	4	5	5	29
34	L	5	4	5	5	4	5	28
35	P	4	4	5	4	5	4	26
36	P	5	5	4	3	4	5	26
37	P	5	3	4	3	3	4	22
38	L	2	1	1	3	2	4	13
39	L	5	5	5	5	5	5	30
40	L	5	5	5	5	5	5	30
JUMLAH								**1041**

RESPONDEN	VARIABEL PRESEPSI HARGA (X2)							
	JK	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
1	P	4	4	4	5	4	4	25
2	P	5	5	5	4	4	4	27
3	P	4	4	4	4	4	4	24
4	P	4	4	4	4	4	4	24
5	L	4	4	4	4	4	3	23
6	P	4	4	4	4	4	4	24
7	P	4	4	4	4	4	4	24
8	P	4	4	4	4	4	4	24
9	P	5	5	5	5	4	4	28
10	P	4	4	4	4	4	4	24
11	P	5	5	5	5	5	5	30
12	L	4	4	4	4	4	4	24
13	P	5	5	5	5	5	5	30
14	P	5	4	4	4	5	4	26
15	P	5	5	5	5	5	5	30
16	P	5	5	5	5	5	5	30
17	P	4	3	4	4	4	3	22
18	P	4	4	4	4	4	4	24
19	L	4	4	5	5	4	4	26
20	P	4	4	4	5	5	4	26
21	P	5	4	4	4	4	4	25
22	P	4	4	4	4	4	5	25
23	P	4	5	5	5	5	5	29
24	P	5	4	5	5	5	5	29
25	P	4	4	4	5	4	4	25
26	P	4	4	4	4	4	4	24
27	P	4	3	4	4	4	4	23
28	P	5	5	5	5	5	5	30
29	L	5	4	5	4	4	4	26
30	P	3	3	3	4	4	4	21
31	P	5	5	5	5	5	5	30
32	P	4	4	4	4	4	4	24
33	P	5	5	5	5	5	5	30
34	L	5	5	4	5	5	5	29
35	P	4	5	4	5	4	5	27
36	P	4	4	4	5	5	5	27
37	P	4	4	4	4	4	4	24
38	L	2	3	2	1	1	2	11
39	L	5	5	5	4	4	5	28
40	L	5	5	5	5	5	5	30
JUMLAH								**1032**

RESPONDEN	VARIABEL PROMOSI (X3)					
	JK	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total
1	P	4	4	4	4	16
2	P	5	4	5	5	19
3	P	4	4	4	2	14
4	P	4	4	5	5	18
5	L	4	4	4	3	15
6	P	3	4	4	3	14
7	P	5	5	4	4	18
8	P	4	4	4	4	16
9	P	4	5	4	4	17
10	P	4	4	4	4	16
11	P	5	4	4	4	17
12	L	4	4	4	4	16
13	P	5	5	5	5	20
14	P	5	5	5	5	20
15	P	5	5	5	5	20
16	P	5	5	5	5	20
17	P	4	4	4	3	15
18	P	4	4	4	4	16
19	L	4	4	4	3	15
20	P	4	4	4	4	16
21	P	5	5	5	5	20
22	P	5	4	5	5	19
23	P	5	5	5	5	20
24	P	5	5	5	5	20
25	P	4	4	4	4	16
26	P	4	4	4	4	16
27	P	3	3	4	4	14
28	P	5	5	5	5	20
29	L	4	4	5	4	17
30	P	4	4	4	4	16
31	P	5	5	5	5	20
32	P	4	4	4	3	15
33	P	5	5	5	5	20
34	L	5	3	5	2	15
35	P	5	5	4	5	19
36	P	4	4	4	3	15
37	P	3	3	3	4	13
38	L	4	4	4	3	15
39	L	5	5	5	5	20
40	L	5	5	5	5	20
JUMLAH						**688**

RESPONDEN	VARIABEL MINAT BELI ULANG (Y)							
	JK	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total
1	P	4	4	4	4	4	4	24
2	P	4	4	4	5	5	5	27
3	P	4	4	4	4	4	4	24
4	P	5	4	5	5	5	4	28
5	L	4	4	4	3	3	4	22
6	P	4	3	4	4	4	4	23
7	P	4	4	5	5	4	4	26
8	P	4	4	4	4	4	4	24
9	P	5	4	5	4	5	4	27
10	P	4	4	4	4	4	4	24
11	P	4	4	4	4	5	5	26
12	L	4	4	4	4	4	4	24
13	P	4	5	5	5	5	5	29
14	P	5	5	5	5	5	5	30
15	P	5	5	5	5	5	5	30
16	P	5	5	5	5	5	5	30
17	P	4	3	3	4	4	3	21
18	P	4	4	4	4	4	4	24
19	L	4	4	4	4	4	4	24
20	P	4	4	4	4	4	4	24
21	P	4	4	4	5	4	4	25
22	P	5	4	5	5	5	4	28
23	P	5	5	5	5	5	5	30
24	P	5	5	5	4	4	5	28
25	P	4	3	4	4	4	4	23
26	P	4	4	4	4	4	4	24
27	P	4	4	4	4	4	4	24
28	P	5	5	5	5	5	5	30
29	L	4	4	5	5	5	5	28
30	P	3	3	3	3	3	2	17
31	P	5	5	5	5	5	5	30
32	P	5	4	5	4	4	4	26
33	P	5	5	5	5	5	5	30
34	L	5	5	5	5	5	5	30
35	P	4	5	4	4	4	4	25
36	P	5	4	5	4	4	4	26
37	P	5	3	4	4	4	4	24
38	L	4	3	3	3	3	3	19
39	L	5	5	5	4	4	5	28
40	L	5	5	5	5	5	5	30
JUMLAH								**1036**

Lampiran 5. Hasil Output Uji Validitas dan Reabilitas (40 Responden)

1. Hasil Uji Validitas (X1)

Correlations

		X1.01	X1.02	X1.03	X1.04	X1.05	X1.06	TOTAL
X1.01	Pearson Correlation	1	.555**	.572**	.461**	.535**	.375*	.754**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	.003	<,001	.017	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.02	Pearson Correlation	.555**	1	.682**	.589**	.659**	.538**	.848**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.03	Pearson Correlation	.572**	.682**	1	.553**	.759**	.465**	.854**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	.002	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.04	Pearson Correlation	.461**	.589**	.553**	1	.642**	.504**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.003	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.05	Pearson Correlation	.535**	.659**	.759**	.642**	1	.582**	.870**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.06	Pearson Correlation	.375*	.538**	.465**	.504**	.582**	1	.692**
	Sig. (2-tailed)	.017	<,001	.002	<,001	<,001		<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
TOTAL	Pearson Correlation	.754**	.848**	.854**	.765**	.870**	.692**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	40	40	40	40	40	40	40

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

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

2. Hasil Uji Reabilitas (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	6

3. Hasil Uji Validitas (X2)

Correlations

		X2.01	X2.02	X2.03	X2.04	X2.05	X2.06	TOTAL
X2.01	Pearson Correlation	1	.729**	.850**	.640**	.733**	.658**	.872**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X2.02	Pearson Correlation	.729**	1	.753**	.618**	.583**	.734**	.832**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X2.03	Pearson Correlation	.850**	.753**	1	.721**	.702**	.681**	.891**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X2.04	Pearson Correlation	.640**	.618**	.721**	1	.865**	.759**	.883**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X2.05	Pearson Correlation	.733**	.583**	.702**	.865**	1	.790**	.896**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X2.06	Pearson Correlation	.658**	.734**	.681**	.759**	.790**	1	.881**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
TOTAL	Pearson Correlation	.872**	.832**	.891**	.883**	.896**	.881**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	40	40	40	40	40	40	40

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

4. Hasil Uji Reabilitas (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.939	6

5. Hasil Uji Validitas (X3)

Correlations

		X3.01	X3.02	X3.03	X3.04	TOTAL
X3.01	Pearson Correlation	1	.706**	.749**	.561**	.865**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40
X3.02	Pearson Correlation	.706**	1	.557**	.645**	.849**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40
X3.03	Pearson Correlation	.749**	.557**	1	.586**	.825**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40
X3.04	Pearson Correlation	.561**	.645**	.586**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	40	40	40	40	40
TOTAL	Pearson Correlation	.865**	.849**	.825**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	40	40	40	40	40

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

6. Hasil Uji Reabilitas (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	4

7. Hasil Uji Validitas (Y)

Correlations

		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	TOTAL
Y01	Pearson Correlation	1	.571**	.788**	.519**	.596**	.596**	.778**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y02	Pearson Correlation	.571**	1	.733**	.600**	.600**	.787**	.840**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y03	Pearson Correlation	.788**	.733**	1	.711**	.711**	.752**	.908**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y04	Pearson Correlation	.519**	.600**	.711**	1	.865**	.701**	.852**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y05	Pearson Correlation	.596**	.600**	.711**	.865**	1	.762**	.878**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y06	Pearson Correlation	.596**	.787**	.752**	.701**	.762**	1	.899**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
TOTAL	Pearson Correlation	.778**	.840**	.908**	.852**	.878**	.899**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	40	40	40	40	40	40	40

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

8. Hasil Uji Reabilitas (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.929	6

Lampiran 6. Hasil Output Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas Output Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			40
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.66880351
Most Extreme Differences	Absolute		.102
	Positive		.076
	Negative		-.102
Test Statistic			.102
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.358
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.346
		Upper Bound	.370

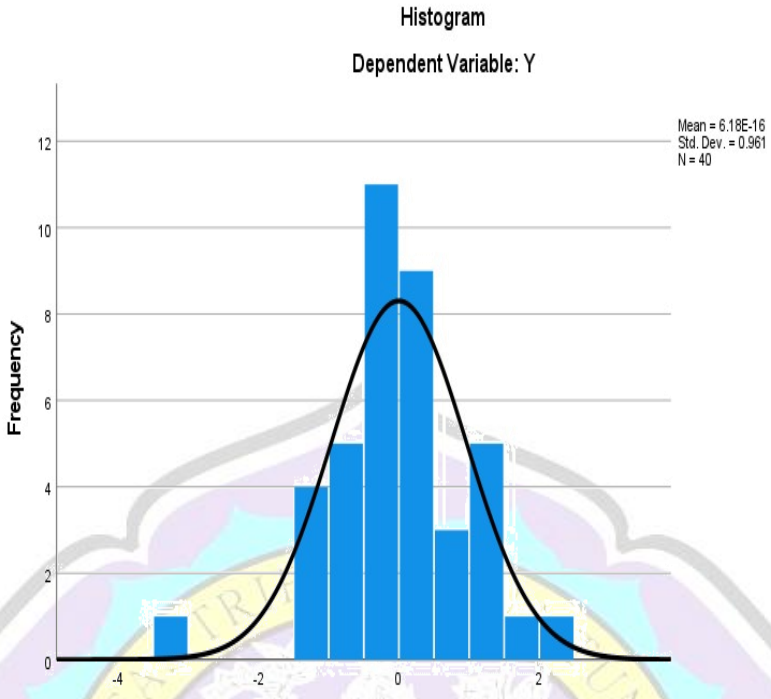
a. Test distribution is Normal.

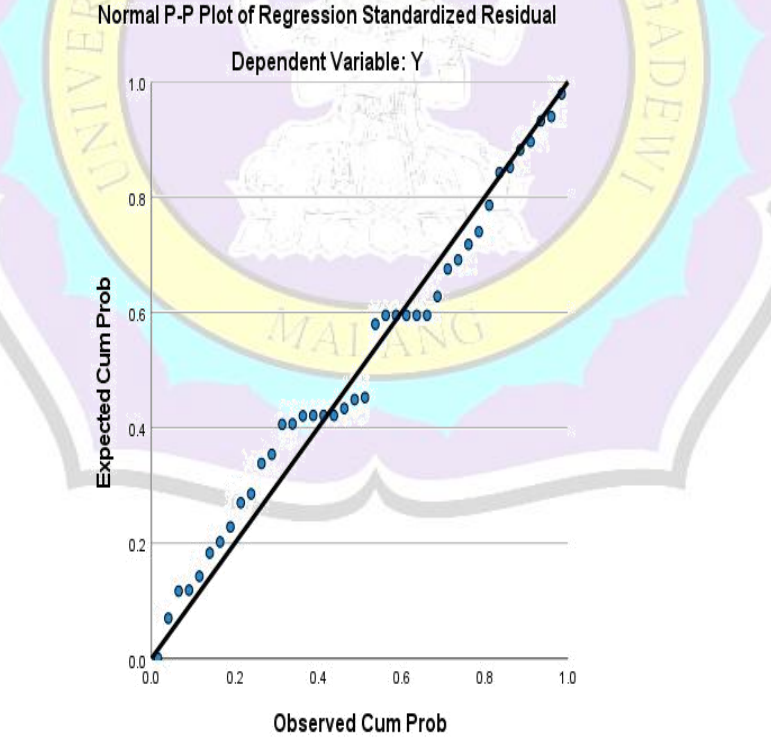
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

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


Histogram
Dependent Variable: Y
Mean = 6.18E-16
Std. Dev. = 0.961
N = 40
Frequency
Regression Standardized Residual


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Y
Expected Cum Prob
Observed Cum Prob

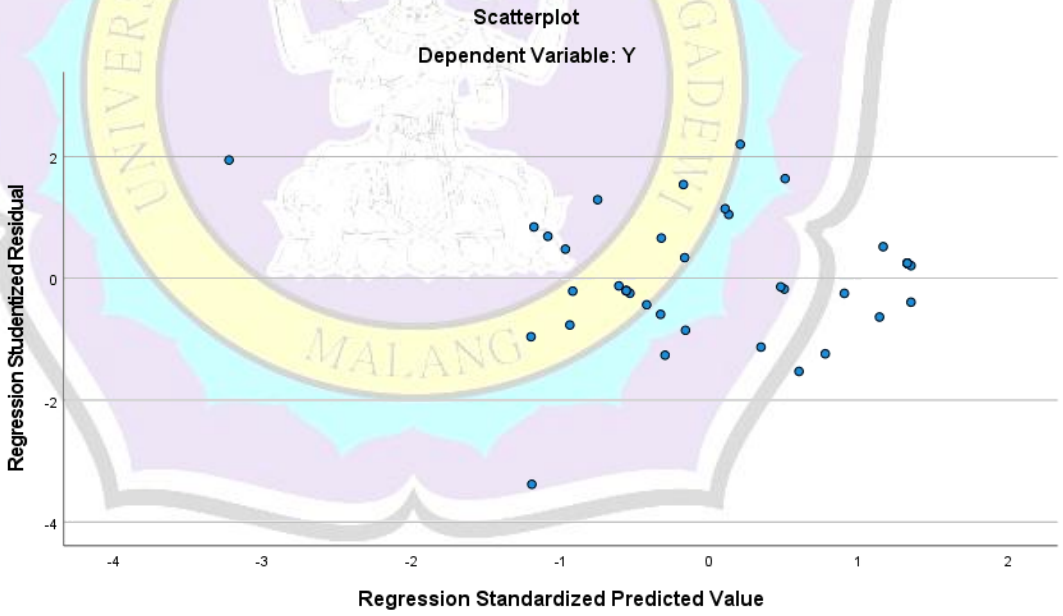
2. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.392	2.337		1.452	.155		
	X1	-.069	.162	-.073	-.423	.675	.246	4.062
	X2	.586	.140	.646	4.176	<,001	.308	3.244
	X3	.533	.173	.373	3.087	.004	.506	1.978

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Heteroskedasitisitas



4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.392	2.337		1.452	.155
X1	-.069	.162	-.073	-.423	.675
X2	.586	.140	.646	4.176	.000
X3	.533	.173	.373	3.087	.004

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 7. Output Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.392	2.337		1.452	.155
X1	-.069	.162	-.073	-.423	.675
X2	.586	.140	.646	4.176	.000
X3	.533	.173	.373	3.087	.004

a. Dependent Variable: Y

2. Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	300.989	3	100.330	33.255	.000[b]
Residual	108.611	36	3.017		
Total	409.600	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Lampiran 8. Output Data Responden

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki - L	8	20.0	20.0	20.0
Perempua	32	80.0	80.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
15 - 18	8	20.0	20.0	20.0
19 - 22	22	55.0	55.0	75.0
23 - 26	3	7.5	7.5	82.5
27 - 30	7	17.5	17.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Status

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Berkeluarga	5	12.5	12.5	12.5
Berkerja	11	27.5	27.5	40.0
Mahasiswa	20	50.0	50.0	90.0
Pelajar	4	10.0	10.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Lampiran 9. Output Frekuensi Jawaban Responden

1. Tabel Frekuensi Jawaban Variabel Inovasi Produk (X1)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	2.5	2.5	2.5
	Tidak Setuju	1	2.5	2.5	5.0
	Setuju	17	42.5	42.5	47.5
	Sangat Setuju	21	52.5	52.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	2.5	2.5	2.5
	Kurang Setuju	4	10.0	10.0	12.5
	Setuju	22	55.0	55.0	67.5
	Sangat Setuju	13	32.5	32.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	2.5	2.5	2.5
	Kurang Setuju	1	2.5	2.5	5.0
	Setuju	18	45.0	45.0	50.0
	Sangat Setuju	20	50.0	50.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	7.5	7.5	7.5
	Setuju	22	55.0	55.0	62.5
	Sangat Setuju	15	37.5	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2.5	2.5	2.5
	Kurang Setuju	3	7.5	7.5	10.0
	Setuju	18	45.0	45.0	55.0
	Sangat Setuju	18	45.0	45.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	2.5	2.5	2.5
	Setuju	20	50.0	50.0	52.5
	Sangat Setuju	19	47.5	47.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

2. Tabel Frekuensi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga (X2)

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	2.5	2.5	2.5
	Kurang Setuju	1	2.5	2.5	5.0
	Setuju	22	55.0	55.0	60.0
	Sangat Setuju	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	10.0	10.0	10.0
	Setuju	22	55.0	55.0	65.0
	Sangat Setuju	14	35.0	35.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	2.5	2.5	2.5
	Kurang Setuju	1	2.5	2.5	5.0
	Setuju	23	57.5	57.5	62.5
	Sangat Setuju	15	37.5	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	2.5	2.5	2.5
	Setuju	21	52.5	52.5	55.0
	Sangat Setuju	18	45.0	45.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	2.5	2.5	2.5
	Setuju	25	62.5	62.5	65.0
	Sangat Setuju	14	35.0	35.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	2.5	2.5	2.5
	Kurang Setuju	2	5.0	5.0	7.5
	Setuju	22	55.0	55.0	62.5
	Sangat Setuju	15	37.5	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

3. Tabel Frekuensi Jawaban Responden Variabel Promosi (X3)

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	7.5	7.5	7.5
	Setuju	19	47.5	47.5	55.0
	Sangat Setuju	18	45.0	45.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	7.5	7.5	7.5
	Setuju	22	55.0	55.0	62.5
	Sangat Setuju	15	37.5	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	2.5	2.5	2.5
	Setuju	22	55.0	55.0	57.5
	Sangat Setuju	17	42.5	42.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	5.0	5.0	5.0
	Kurang Setuju	7	17.5	17.5	22.5
	Setuju	15	37.5	37.5	60.0
	Sangat Setuju	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

4. Tabel Frekuensi Jawaban Responden Variabel Minat Beli Ulang (Y)

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	2.5	2.5	2.5
	Setuju	22	55.0	55.0	57.5
	Sangat Setuju	17	42.5	42.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	6	15.0	15.0	15.0
	Setuju	21	52.5	52.5	67.5
	Sangat Setuju	13	32.5	32.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	7.5	7.5	7.5
	Setuju	18	45.0	45.0	52.5
	Sangat Setuju	19	47.5	47.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	7.5	7.5	7.5
	Setuju	21	52.5	52.5	60.0
	Sangat Setuju	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	7.5	7.5	7.5
	Setuju	21	52.5	52.5	60.0
	Sangat Setuju	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2.5	2.5	2.5
	Kurang Setuju	2	5.0	5.0	7.5
	Setuju	22	55.0	55.0	62.5
	Sangat Setuju	15	37.5	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Lampiran 10 : Dokumentasi Penelitian dilokasi

<table>
<tr><td></td><td>
</td></tr>
<tr><td>Gambar1 : Customer Pelajar</td><td>Gambar2 : Customer Mahasiswa</td></tr>
<tr><td></td><td>
</td></tr>
<tr><td>Gambar3 : Customer Bekeluarga</td><td>Gambar4 : Customer Bekerja</td></tr>
</table>



Gambar5 : Customer Bekerja



Gambar6 : Customer Bekerja



Gambar7 : Customer Bekeluarga



Gambar 8 : Customer Mahasiswa

	
Gambar 9 : Lokasi Mixue	Gambar10 : Outlet Mixue

Lampiran 11. Surat Jalan

Yayasan Bina Patria Nusantara
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Jl. Telaga Warna Tlogomas Malang, 65144,-Indonesia Telp. 0341-565500; Fax 0341-565522
Program Studi : MANAJEMEN, AKUNTANSI

SURAT JALAN PENELITIAN UNTUK TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

Nomor :\671 /TB- FE /DL-420 /01/2026

1.	Pejabat yang berwenang memberi tugas :	Dr. AHMAD MUKOFFI, S.E., M.SA Jabatan Dekan Fakultas : FAKULTAS EKONOMI
2.	Mahasiswa yang ditugaskan	RINDANG KHARINA RINARSIH NIM : 2022120142 MANAJEMEN
3.	Judul Penelitian / Skripsi	Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mixue Tlogo Indah Kota Malang
4.	Tujuan	Mixue Jl. Tlogo Indah Tlogomas Kec. Lowokwaru Kota Malang
5.	Lamanya Tugas : Tanggal Berangkat Tanggal Kembali	 30/Jan/2026 20/Feb/2026

Telah Datang,
Pimpinan Instansi,

ARUL

Mengetahui,
Pembimbing Utama,

Yuni Setyowati,ST.,S.S.I, M.M

Telah diberikan dengan keterangan bahwa perjalanan tersebut diatas benar dilakukan atas tugasnya dan semata-mata untuk kepentingan studi dalam waktu yang telah di tentukan.

Telah Kembali,
Dekan,

Dr. AHMAD MUKOFFI, S.E., M.SA
NUPTK : 3138752653130123

Dr. AHMAD MUKOFFI, S.E., M.SA
NUPTK : 3138752653130123