

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah Willy, dan Hartono Jogiyanto. 2021. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Sturktural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Edited by Dwi Prabantini. Edisi 1. Vol. xvi. Yogyakarta: CV. Andi OFFSET (Penerbit Andi).
- Aminah Kiki, Hermawan Wawan, Budiana Deni 2022, “ Keputusan Pembelian Produk sebagai hasil dari Inovasi Produk dan promosi penjualan.” Alamana jurnal manajemen bisnis V (6) no1/ print/ ISSN 2655-8327 online DOI: 10.36555/v6i1.1821
- Anggraini Fitri Sonia, Zulkarnain Nasution Zulkarnain, dan Daslan Simanjuntak. 2022. “Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Khanza Aeknabara.” (*Remik*) *Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer* 6 (3): 408–17. <https://doi.org/10.33395/remik.v6i3.11563>
- Arraniri Iqbal, Manap Abdul, Irawan Fakhrudin Mahalizikri, Darnilawati, Herie Saksono, Lelo Sintani, Nia Sonani, Destina Paningrum, Abdul Rahman Rusli, Suryati, Herie Saksono, Lelo Sintani, Nia Sonani, Destina Paningrum, dan Abdul Rahman Rusli. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Edited by Paput Tri Cahyono. Book. Vol. vii. kota Batam. Cendikia Mulia Mandiri
- Bulan Lindung Putri Tengku, 2017. “Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Juragan Jasmine Langsa” *Jurnal manajemen dan keuangan*, Vol.6, No.1, Mei ISSN 2252-844X
- Daulay Raihanah, Handayani Susi, dan Purnama Ika Ningsih. 2020. “Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA) Journal Homepage Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store Kota Medan.” *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*.
- Denny Aria Pratama, dan Farid Fadhilah Prayogi. 2021. “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms.” *AL-MULTAZIM: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 1 (2). <https://doi.org/Doi: https://997.5164.7886/y2i.047339>.
- Fairliantina, dan Jordan Paniroi. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Denny’s Restoran Senayan City.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 4 (9): 2022. P-

ISSN: 2622-2191 E-ISSN :2622-2205
 Doi: <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i9.1573>

- Fandiyanto, Randika Prianto, Wahyu Fajar . 2021. “Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Rusdi Widoro Payung.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH* Vol. 19: 177–88. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v19i2.1607>.
- Fathorrahman (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nk Cafe Malang. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(12), 5379–5384. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1988>
- Fauzan Rusydi, Ade Onny Siagian, Frans Sudirjo, Indra sani, Budi Prasetyo, Yuliani, Suci Putri Lestari, Hanifah Muthiah. 2023. *Manajemen Ritel*. Edited by Diana Purnama Sari. Cetakan pertama. Padang, Sumatera Barat: Global Eksekutif Teknologi.
- Fauzan Rusydi, Luckhy Natalia A. L, Nuraeni Saeni, Frans Sudirjo, Setiawan Zunan, Pandowo Aditya, Andry Stephannie Titing, et al. 2023. *Manajemen Pemasaran*. Edited by Diana Purnama Sari. Book. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Gunawan Didik. 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Book Edisi 1. Vol. 1. Tebing tinggi: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ghozali Imam, 2021. *Partial Least Squares Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Smartpls 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*. Edited by Abadi Tejokusumo. Edisi 3. Vol. viii. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali Imam, 2014. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS) Dilengkapi Software Smartpls 3.0 Xlstat 2014 Dan WarpPLS 4.0 Edisi 4*. 4th ed. Vol. xvi. Semarang: Badan Penerbit - UNDIP.
- Indrasari Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Edited by Anggota IKAPI No. 227/ Anggota Luar Biasa/JTI/2019. Book. Surabaya, Jawa Timur: Unitomo Press.
- Kaawoan, N Y, H N Tawas, dan R Ch. 2022. “Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Produk Miniaml Ladis Dimatahari MegaMall Manado).” *Kawet 510 Jurnal EMBA* 10 (2): 510–20 ISSN 2303-1174 DOI: <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40049>

- Khalik Idham. 2022. *Penetapan Atribut Produk Dan Harga Terhadap Penciptaan Nilai Serta Dampaknya Pada Kinerja Pemasaran*. Edited by AA Musyaffa. Cetakan 1. Vol. v. Cirebon: Penerbit Insania.
- Kiki Safitri. 2023. "Tips Bangun Usaha Fashion Muslim Bagi Pemula Dari CEO Fatih Indonesia." *Kompas*. April 2, 2023. <https://money.kompas.com/read/2023/04/02/120000526/tips-bangun-usaha-fashion-muslim-bagi-pemula-dari-ceo-fatih-indonesia-?page=all>.
- Kurniasih Dedeh. 2021. *Kepuasan Konsumen Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek*. Edited by Achmad Rozi. Cetakan pertama. Vol. iv. Banten: Bintang Visitama.
- Kusnadi Edi, Tulhusnah Lusiana, Minullah, dan Pramesthi Ayu Riska. 2022. "Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Rani Louhan Di Payangan Bali." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Growth* 20: 22–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i1.1782>.
- Maddinsyah Ali, 2022. *Pengantar Marketing Ritel*. Cetakan pertama. Vol. vi. Wonocolo, Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Marlius Doni, dan Noveliza Kesy. 2022. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Toko Babeeshopp Padang." *EKOMA : Jurnal Ekonomi* 2 (1).
- Ma'ruf Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Edited by Sofnir Ali. Book. Vol. GM 208 05.032. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Maryati, M.Khoiri (2022). 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 11 No. 1 Juli 2022* 11 (1)
- Nurmin Arianto, 2022. *Manajemen Pemasaran*. Edited by Nurdini Tilova. Edisi ke 1. Vol. vii. Wonocolo, Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Octavia, A. C. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Flamingo Collection. 05(02), 1–23. <http://dx.doi.org/10.29040/jie.v5i2.2452>
- Pasaribu Lidya Delimah Veta, Karyanto Budi, Madya Ahdiyati, Athalarik Muhammad Fadhli, Jefriyanto, Riyan Andni, Gerry Ganika, Zulfria Nanda, Angga Ranggana Putra, and Darussalam Zulfikar Andi. 2021. *Pemasaran Kontemporer*. Edited by Aas Masruroh. Book. Bandung: Penerbit Widina Bhakti persada bandung.
- Pujiasmanto Bambang, Rahmawati, Francisca Sestri Goestjahjanti, Handayani, soenarto, Nurlaela siti, Tyasmini dan Mafis 2023. *Agroeduwisata Serat*

Nanas Sebagai Produk Unggulan Dan Digital Marketing Bidang Seni Di Desa Karingan,Plupuh,Sragen. Edited by Siti Arifah. Jalan R. Suprpto,GG pringgondani, RT 07 RW 21 Purwodadi- Grobogan, Jawa tengah,58111: CV. Sarnu Untung.

- Purwanti Agustina. 2023. “Lebaran Turut Mendorong Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Nasional.” Kompas. April 2023. <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/04/26/lebaran-turut-mendorong-peningkatan-pertumbuhan-ekonomi-nasional>.
- Putri Jelita, Apriliana Friska, dan Sanjaya Vicky F. 2021. “Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik.” *AL-MULTAZIM : Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 1 (2). <https://doi.org/Doi:https://997.5164.7886/y2i.047339>.
- Putri Narada Citra. 2021. “Tumbuh Bersama Kekuatan Mimpi Perempuan Indonesia. Inilah 4 Rekomendasi Hijab Motif Print Yang Penuh Warna Dari Brand Lokal .” Kompas.Com. 2021
- Rahmawati, 2022. *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing ??? (Panduan Bagi Peneliti Pemula)*. Edited by C Morris S. Dwi Novidiantoko. samarinda: Universitas Mulawarman.
- Raming Precylia Ribka, Rut Melania Walangitan, 2021. Pengaruh strategi Diversifikasi produk olahan kelapa terhadap volume penjualan di desa sonsilo. *Jurnal MABP Volume 3 Nomor 2*, Agustus 2021
- Ramdhani Dadan, erida, Ai Hendrani, dan Suheri. 2020. *Akuntansi Biaya (Konsep Dan Implementasi Di Industri Manufaktur)*. Edited by Tim Redaksi. Book. Vol. 1. Krpyak, Yogyakarta: CV MARKUMI.
- Ramdhan Muhammad, 2021. *Metode Penelitian* . Edited by Aidil Amin Effendy. Cetakan pertama. Vol. i. Wonocolo, Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Rukmayanti dan Fitriana. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis* 12 (2): 206–17.E-ISSN 2716-0521 <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6671>.
- Saleh Yusuf Muhammad, dan Said Miah. 2019. *Konsep Dan Strategi Pemasaran Marketing Concepts and Strategies*. Edited by S.S., M.Si. Sobirin. Cetakan pertama. Makassar: SAH MEDIA.
- Saragih Liharman, Muhammad Fadli Lili, Korosando Fransiskus, Nurkomariyah Siti, Mutiasari Indah Annisa, Andayani Umiatun Sri, Nurchayati. Herdiansah Riko, Amruddin, dan Hartono Rahmat. 2023. *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran*. Edited by Paput Tri Cahyono. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.

- Sari Dekrita Yakut. 2013. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Industri Garment." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana Terakreditasi Sinta Peringkat 5* v. 2, n. 1, (October) ISSN:2302-8912.
- Sihombing Morina Fitri T. D. 2016. "Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Carrefour Citra Graden Medan)." *JURNAL PLANS Penelitian Ilmu Manajemen & Bisnis* ISSN: 1978-7057 E-ISSN: 2527-306X 11 (2). DOI: <https://doi.org/10.24114/plans.v11i2.9610>
- Sudarsono Heri. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Edited by Novia Ilminingrum. Cetakan pertama, Januari vii, ISBN : 978-62-7628-21-7. Jember, Jawa Timur: Pustaka Abadi.
- Soetanto Prabowo James, Septina Fanny, dan Febry Timotius. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu." *Jurnal Performa Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 5 (1): 63–71. <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cetakan ke 6. Vol. sta26 X ISBN: 979-8433-64-0. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cetakan ke 23. Vol. 16x24cm. ISBN: 979-8433-64-0 Bandung: CV Alfabeta
- Wahjasaputri, dan Shinta dan Purwanto Anim. 2022. *Statistika Pendidikan: Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media.
- Wangsa Nyoman W.I., Rahanatha Bayu G., Yasa Nyoman K. N., dan Dana Made I. 2022. *Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word Of Mouth Dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian*. Edited by Nina Dewi Lashwaty. Book. Klaten, Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HIJAB DAN BUSANA MUSLIM KEAN SIGNATURE

Digunakan Dalam Rangka Penyusunan Skripsi Pada Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Binaniaga Indonesia

Responden Yang Terhormat,

Perkenalkan saya Irvia Alsya Mayada, mahasiswa Universitas Binaniaga Indonesia Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna melengkapi tugas akhir. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hijab dan Busana Muslim di Botani Square Mall Bogor. Dengan segala kerendahan hati, saya mengharapkan dengan kesediaan anda untuk membantu mengisi kuesioner guna melengkapi skripsi saya. Semua informasi yang diperoleh dari kuisisioner ini akan disimpan dan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Atas bantuan dan kesediaan dari pelanggan/konsumen untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Irvia Alsya
Mayada

S1-0219046

A. Identitas Responden

Petunjuk Pengisian :

Berikan jawaban atas pertanyaan berikut dengan mengisi dengan cara menceklis di depan jawaban yang sesuai.

1. Jenis Kelamin

- Laki-Laki
- Perempuan

2. Usia :

- 17-20th
- 21-25th
- 26-30th
- 31-35th
- >36th

3. Pekerjaan

- Pelajar / Mahasiswa
- Pegawai Swasta
- PNS
- Wirausaha
- Ibu Rumah Tangga

4. Pendapatan Perbulan

- 1.000.000 – 2.000.000
- 2.100.000- 3.000.000
- 3.100.000 – 4.000.000
- > 4.000.000

5. Alamat / Domisili

- Bogor Barat
- Bogor Selatan
- Bogor Tengah
- Bogor Timur
- Bogor Utara
- Tanah Sareal

6. Pembelian produk Kean signature dalam sebulan terakhir?

- 1—5 pcs
- 6—10 pcs
- 11—15 pcs
- 16—20 pcs

1. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu/Saudara/i, membaca setiap butir pernyataan dengan cermat.
2. Bapak/Ibu/Saudara/i, jawaban yang diberikan tidak akan dinilai Benar atau Salah.
3. Kerahasiaan data penelitian akan dijamin dan saya mengharapkan informasi dan jawaban yang sesungguhnya dari Bapak/Ibu/Saudara/i sesuai kondisi yang dirasakan sebagai konsumen Produk Hijab dan Busana Muslim (Kean Signature)
4. Semua pernyataan yang tersedia, mohon dijawab tanpa ada satupun yang terlewat.

2. Keterangan Jawaban

Pilihan jawaban terdiri dari :

Sangat Setuju (SS)	: 5
Setuju (S)	: 4
Netral (N)	: 3
Tidak Setuju (TS)	: 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1

Pernyataan Kuesioner

Variabel X₁ : Keragaman Produk

No	Item pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Ukuran produk yang beragam						
1	Kean Signature selalu memiliki produk Hijab dengan menyediakan produk yang ukurannya beragam					
2	Kean Signature selalu memiliki produk Busana muslim dengan menyediakan ukuran yang lengkap dan beragam					
3	Saya memilih berbelanja di Kean signature karena semua ukuran produk sesuai keinginan					
Jenis Produk yang beragam						
4	Jenis merek kean selalu memiliki daya tahan pada jahitan kainnya tidak mudah rusak.					
5	Jenis produk hijab kean Signature selalu mempunyai berbagai macam warna yang menarik.					
6	Jenis Produk yang beragam selalu menjadi salah satu keputusan saya dalam membeli produk kean					
Bahan yang beragam						
7	Kean signature selalu memiliki aksesoris Bros hijab dari bahan logam dan kain yang menarik					
8	Kean Signature selalu memiliki banyak pilihan bahan yang beragam sesuai dengan keinginan keputusan pembelian					
Desain yang beragam						
9	Kean Signature produk hijab selalu memiliki ciri khusus di setiap desainnya					
10	Produk Kean Signature selalu menawarkan variasi desain atau motif yang beragam dan selalu <i>up to date</i>					
11	Desain produk Kean Signature yang ditawarkan selalu mengikuti trend terkini					
12	Produk hijab kean Signature memiliki logo khusus yang unik					
Kualitas yang beragam						
13	Kualitas dari produk Kean Signature selalu menawarkan warna dan desain pada hijab tidak mudah luntur.					
14	Produk hijab Kean Signature selalu memperhatikan standar kualitas pada setiap produknya.					
15	Produk Hijab Kean Signature selalu memiliki tampilan fisik yang mengesankan sehingga menambah rasa percaya diri bagi para penggunanya					

Variabel X₂ : Harga

Keterjangkaun harga					
16	Produk Kean signature selalu dijual dengan harga yang terjangkau				
17	Harga produk kean signature sangat variatif sesuai dengan pilihan produk beragam yang dijual belikan				
18	Harga yang ditawarkan kean signature sesuai daya beli saya				
Daya saing harga					
19	Produk kean signature selalu memberikan harga yang sesuai dengan harga yang ada dipasaran				
20	Produk kean signature selalu memiliki harga yang lebih murah dibandingkan pesaing				
21	Dibandingkan dengan produk pesaing sejenis produk kean signature memberikan kesesuaian harga sesuai dengan daya beli anda				
Kesesuaian harga dengan kualitas produk					
22	Harga yang ditetapkan kean signature selalu sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan				
23	Saya mengharapkan harga yang ditawarkan kean signature murah dengan kualitas yang baik				
24	Produk kean signature selalu menawarkan harga sesuai dengan ekspektasi yang saya dapatkan				
25	Harga produk kean signature Hijab dengan variasi motifnya selalu sesuai dengan kualitas yang diinginkan				
Kesesuaian harga dengan manfaat produk					
26	Kean signature selalu memiliki keragaman produk yang sesuai dengan manfaatnya				
27	Saya merasa harga produk kean yang ditawarkan sesuai dengan nilai guna produk yang didapatkan				
28	Harga yang ditawarkan kean signature selalu sesuai dengan manfaat yang diharapkan				

Variabel X₃ : Promosi

Frekuensi Promosi					
29	Promosi flash sale yang dilakukan di pop up store kean signature setiap sabtu mulai pukul 19.00 dengan promo (Buy 2 get 3) membuat saya selalu mengingat promosi tersebut				
30	Kean signature selalu mengadakan diskon besar-besaran setiap tahun jika kean berulang tahun pada bulan Februari, dan membuat saya mengingat promo diskon tersebut				
31	Promosi menggunakan berbagai postingan di media sosial lebih menarik bagi saya				
Kualitas Promosi					
32	Program Flash sale selalu menarik banyak pelanggan baru untuk berbelanja di pop up store kean signature				
33	Media Promosi kean signature melalui kupon belanja dalam bentuk kartu member mampu menarik perhatian				
34	Promosi penjualan menggunakan media sosial instagram memberikan informasi tentang produk lebih detail				
Waktu Promosi					
35	Saya merasa flash sale yang dilakukan Kean signature berlangsung selalu diwaktu yang sangat tepat				
36	Waktu untuk tiap sesi flash sale kean dilakukan pada waktu tertentu saja				
37	Saya menginginkan waktu Promosi dilakukan setiap bulan dengan promo diskon Besar-besaran				
Ketetapan/kesesuaian sasaran Promosi					
38	Saya merasa Program flash sale selalu membuat saya lebih sering berbelanja di pop up store kean signature daripada toko lainnya.				
39	Program flash sale sesuai dengan keinginan saya sebagai konsumen.				
40	Saya merasa promosi penjualan menggunakan media sosial lebih efektif dibandingkan Pemasaran secara langsung di toko.				

Variabel Y : Keputusan Pembelian

Pilihan Produk

41	Banyaknya produk yang beragam di kean signature sehingga menjadi dasar dalam pembelian produk busana muslim dan hijab					
42	Produk kean signature fashion muslim selalu memiliki banyak koleksi sesuai dengan keinginan konsumen					
43	Produk kean signature selalu memberikan informasi yang jelas sesuai dengan kualitas produk busana muslim dan hijab yang diinginkan					
44	Variasi produk kean signature selalu lebih inovatif dibandingkan kompetitor sejenis					
Pilihan Merek						
45	Merek kean signature selalu lebih menarik perhatian konsumen					
46	Pembelian dilakukan karena kean signature selalu memberikan citra yang baik menurut konsumen					
47	Produk kean signature selalu memiliki kualitas produk yang baik dan berkualitas					
48	Produk kean signature selalu memiliki reputasi tinggi diantara koleksi fashion muslim pesaing					
Pilihan Penyalur						
49	Kean signature selalu memberikan kemudahan untuk membeli produknya					
50	Distribusi produk kean signature melalui jasa pengiriman sangat membantu konsumen untuk melakukan pembelian					
51	Pembelian produk kean signature di pop up store selalu memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian					
Jumlah Pembelian						
52	Saya hanya membeli produk kean signature yang dibutuhkan					
53	Saya selalu membeli produk kean signature sesuai keinginan					
54	Saya selalu membeli produk kean signature sesuai dengan budget yang ada					
55	Varian desain motif yang beragam memutuskan saya untuk membeli lebih banyak produk kean signature					
Waktu Pembelian						
56	Saya selalu membeli produk kean signature saat moment tertentu seperti diskon					
57	Saya selalu melakukan pembelian pada saat saya menginginkannya					
58	Pembelian selalu dilakukan saat membutuhkan produk busana muslim (bulan Ramadhan,lebaran)					

Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data Mentah

a. Variabel Keragaman Produk (X1)

Responden	Butir Pernyataan															Total Y
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	58
2	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	67
3	4	5	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	60
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	72
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	69
6	4	3	4	5	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	3	57
7	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	71
8	5	4	5	5	5	4	4	4	5	3	3	3	4	5	5	64
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
10	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	66
11	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	66
12	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	59
13	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	68
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
15	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	66
16	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	61
17	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	70
18	4	4	5	5	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	4	58
19	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	73
20	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	69
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
22	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	63
23	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	71
24	5	3	4	3	5	3	3	4	3	3	5	4	3	5	4	57
25	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	72
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	74
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	73
29	3	4	3	3	2	4	4	3	3	4	2	5	4	3	3	50
30	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	65
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
32	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	71
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
34	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	2	4	51
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
36	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	63
37	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	53
38	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	5	2	3	60
39	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	68
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
42	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	70
43	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	68
44	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	3	1	61
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
47	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	63
48	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	65
49	3	3	4	3	4	3	4	2	3	2	3	1	3	1	2	41
50	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	3	63

51	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	70
52	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	72
53	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	57
54	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	64
55	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
56	3	4	3	4	2	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	50
57	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	71
58	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	71
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
60	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	62
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	73
62	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	73
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
64	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	53
65	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	55
66	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	70
67	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	71
68	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	53
69	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	66
70	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	68
71	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	62
72	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	63
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
75	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	70
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
77	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	62
78	4	4	3	4	4	4	5	4	5	3	4	3	5	3	3	58
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
80	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	53
81	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	68
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
83	3	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	3	3	2	2	48
84	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	64
85	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	68
86	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	68
87	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	67
88	5	5	5	5	4	5	5	5	5	1	1	5	5	2	2	60
89	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	65
90	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	66

b. Variabel Harga (X2)

Responden	Butir Pernyataan													Total Y
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	59
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	63
6	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	49
7	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	63
8	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	3	59
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
10	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	58
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
12	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	49
13	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	57
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
15	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	57
16	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	54
17	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	61
18	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	43
19	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	62
20	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	61
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
22	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	45
23	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	61
24	5	4	3	3	5	4	3	4	4	5	5	5	3	53
25	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
28	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	60
29	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	47
30	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	55
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
32	5	5	5	5	4	5	2	4	3	1	5	2	5	51
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
34	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	50
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
36	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	56
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	43
38	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	54
39	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	58
40	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
42	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	58
43	4	4	4	5	5	3	5	4	5	4	4	5	5	57
44	2	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	3	53
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
47	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	62
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	54
49	2	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	41
50	4	5	4	4	5	4	3	4	3	5	4	5	4	54

c. Variabel Promosi (X3)

Responden	Butir Pernyataan												Total Y
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	57
3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	54
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
6	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	47
7	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59
8	5	5	3	4	3	4	4	3	3	4	5	4	47
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
10	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	52
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
12	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	3	45
13	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	55
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	52
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
17	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59
18	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	40
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
20	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	57
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
22	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	45
23	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	56
24	4	5	3	5	4	5	4	5	3	5	4	5	52
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
27	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
28	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	50
29	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	38
30	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	51
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
33	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	40
34	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	45
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
36	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	52
37	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	44
38	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	52
39	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
42	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	58
43	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	55
44	5	4	5	5	4	5	2	4	4	4	5	3	50
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
46	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
47	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	58
48	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	54
49	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	46
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49

51	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
54	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	56
55	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	46
56	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	45
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
58	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	43
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
61	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	56
62	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	58
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
64	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	37
65	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
66	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	58
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
68	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	45
69	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	54
70	4	5	4	5	4	5	3	4	5	5	5	4	53
71	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	49
72	5	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	5	52
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
77	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	50
78	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	46
79	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	54
80	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	46
81	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	58
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
83	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	43
84	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	54
85	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
86	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	58
87	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	58
88	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	48
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
90	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	56

d. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Responden	Butir Pernyataan																		Total Y
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
1	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	78
3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	82
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	78
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
6	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	74
7	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	84
8	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	3	2	72
9	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73
10	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	78
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
12	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	66
13	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	82
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
15	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	78
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
17	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	87
18	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	61
19	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	87
20	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	83
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
22	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	61
23	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	81
24	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	3	2	3	3	4	3	72
25	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	88
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
28	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	75
29	3	3	4	2	2	4	3	4	3	3	2	3	4	2	3	3	5	2	55
30	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	75
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
32	4	5	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	82
33	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	3	5	3	3	3	60
34	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	63
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
36	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	77
37	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	60
38	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
39	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	81
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
42	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	80
43	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	84
44	4	5	5	3	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	77
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
47	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	86
48	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	80
49	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	67
50	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	79

51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	89
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
53	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
54	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	82
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	56
56	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	3	65
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
58	4	3	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	70
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
61	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	82
62	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
64	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	55
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
66	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	83
67	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	80
68	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	59
69	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	80
70	5	4	3	4	5	4	3	5	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	76
71	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	64
72	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	80
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
77	5	4	4	5	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	3	3	69
78	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	70
79	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
80	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	64
81	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
83	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	62
84	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	79
85	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	85
86	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	82
87	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	86
88	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	85
89	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	84
90	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	79

Lampiran 3

Hasil *Outer Loading*

A. *Outer Loadings* Variabel Keragaman Produk (X1)

Outer Loading

Matriks				
	Harga (X2)	Keputusan Pe...	Keragaman Pr...	Promosi (X3)
KRP10			0.703	
KRP11			0.718	
KRP13			0.791	
KRP14			0.704	
KRP15			0.745	
KRP2			0.795	
KRP3			0.735	
KRP4			0.713	
KRP5			0.758	
KRP6			0.741	
KRP7			0.767	

B. *Outer Loadings* Variabel Harga (X2)

Outer Loading

Matriks				
	Harga (X2)	Keputusan Pe...	Keragaman Pr...	Promosi (X3)
HG1	0.743			
HG10	0.736			
HG11	0.862			
HG12	0.814			
HG13	0.790			
HG3	0.798			
HG4	0.816			
HG5	0.803			
HG6	0.752			
HG7	0.776			
HG8	0.869			

C. Outer Loadings Variabel Promosi (X3)

Outer Loading

Matriks				
	Harga (X2)	Keputusan Pe...	Keragaman Pr...	Promosi (X3)
PM1				0.796
PM10				0.851
PM11				0.824
PM12				0.836
PM2				0.780
PM3				0.776
PM4				0.826
PM5				0.793
PM6				0.812
PM7				0.743
PM8				0.840

D. Outer Loadings Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Outer Loading

Matriks				
	Harga (X2)	Keputusan Pe...	Keragaman Pr...	Promosi (X3)
KP1		0.809		
KP10		0.857		
KP11		0.851		
KP12		0.803		
KP13		0.796		
KP14		0.820		
KP15		0.727		
KP16		0.763		
KP17		0.790		
KP18		0.810		
KP2		0.831		

Lampiran 4

Hasil *Discriminant Validity*

A. *Discriminant Validity* Variabel Keragaman Produk (X1)

Validitas Diskriminan

	Harga (X2)	Keputusan Pe...	Keragaman Pr...	Promosi (X3)
KRP10	0.571	0.555	0.703	0.606
KRP11	0.598	0.564	0.718	0.655
KRP13	0.698	0.688	0.791	0.694
KRP14	0.650	0.595	0.704	0.646
KRP15	0.729	0.639	0.745	0.692
KRP2	0.676	0.629	0.795	0.642
KRP3	0.655	0.572	0.735	0.563
KRP4	0.628	0.597	0.713	0.571
KRP5	0.608	0.565	0.758	0.586
KRP6	0.612	0.575	0.741	0.594
KRP7	0.598	0.628	0.767	0.622

B. *Discriminant Validity* Variabel Harga (X2)

Validitas Diskriminan

	Harga (X2)	Keputusan Pe...	Keragaman Pr...	Promosi (X3)
HG1	0.743	0.672	0.729	0.704
HG10	0.736	0.584	0.580	0.579
HG11	0.862	0.734	0.733	0.758
HG12	0.814	0.670	0.591	0.656
HG13	0.790	0.718	0.719	0.711
HG3	0.798	0.785	0.727	0.756
HG4	0.816	0.807	0.731	0.798
HG5	0.803	0.753	0.640	0.738
HG6	0.752	0.722	0.642	0.749
HG7	0.776	0.680	0.601	0.661
HG8	0.869	0.771	0.735	0.785

C. *Discriminant Validity* Variabel Promosi (X3)

Validitas Diskriminan

	Harga (X2)	Keputusan Pe...	Keragaman Pr...	Promosi (X3)
PM1	0.837	0.792	0.747	0.796
PM10	0.717	0.824	0.638	0.851
PM11	0.735	0.787	0.732	0.824
PM12	0.762	0.810	0.651	0.836
PM2	0.731	0.670	0.605	0.780
PM3	0.691	0.675	0.643	0.776
PM4	0.738	0.703	0.699	0.826
PM5	0.679	0.700	0.680	0.793
PM6	0.743	0.781	0.711	0.812
PM7	0.677	0.734	0.579	0.743
PM8	0.725	0.776	0.706	0.840

D. *Discriminant Validity* Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Validitas Diskriminan

	Harga (X2)	Keputusan Pe...	Keragaman Pr...	Promosi (X3)
HG9	0.799	0.692	0.651	0.677
KP1	0.775	0.809	0.665	0.772
KP10	0.714	0.857	0.688	0.812
KP11	0.754	0.851	0.693	0.829
KP12	0.635	0.803	0.561	0.725
KP13	0.705	0.796	0.660	0.762
KP14	0.707	0.820	0.682	0.750
KP15	0.593	0.727	0.559	0.643
KP16	0.677	0.763	0.652	0.676
KP17	0.739	0.790	0.625	0.780
KP18	0.721	0.810	0.658	0.713

Lampiran 5

Hasil Construct Reliability and Validity

Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Matriks	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak ...
	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Harga (X2)	0.948	0.950	0.954	0.636
Keputusan Pembelian (Y)	0.969	0.970	0.971	0.654
Keragaman Produk (X1)	0.940	0.942	0.948	0.565
Promosi (X3)	0.952	0.954	0.958	0.657

Lampiran 6

Hasil Pengujian *Inner Model*

A. *R-Square*

R Square

Matriks	R Square	Adjusted R Square
Keputusan Pembelian (Y)	0.893	0.889

B. *Path Coefficients*

Koefisien Jalur

Mean, STDEV, T-Values, P-Valu...	Keyakinan Interval	Keyakinan Interval Bias-Dikor...	Sampel	Salin ke Clipboard:	
	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar De...	T Statist...	P Values
Harga (X2) -> Keputusan Pembelian (Y)	0.313	0.317	0.126	2.497	0.013
Keragaman Produk (X1) -> Keputusan Pembelian (Y)	0.015	0.015	0.073	0.201	0.841
Promosi (X3) -> Keputusan Pembelian (Y)	0.640	0.638	0.120	5.342	0.000

Lampiran 7
Foto Booth Pop up store Kean signature
di Mall Botani Square Bogor

