

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R. A. dan I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilman*, 5(2), 14–23.
- Agus, S. (2013). Pengaruh Promosi, Harga, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmilati Demak. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Jurusan Manajemen. Universitas Negeri Semarang: Semarang.
- Amelisa, L., Yonaldi, S., & Hesti, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(3), 1–4.
- Arrofu, L., & Budiyanto. (2019). Lita Arrofu dan Budiyanto (2019) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Canoe Coffee and Bistro. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-17.
- Bekti, S. (2006). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak “Dwijoyo” di Desa Penanggulan Kec. Pegandon Kab. Kendal. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial. Jurusan Ekonomi Manajemen. Universitas Negeri Semarang: Semarang.
- Dheany, A. (2012). Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah). Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Jurusan Manajemen. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17-32.
- Firmansyah, A. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Fauzany, G. (2019). Pengaruh Brand Image Halal Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Universitas Hasanuddin.
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X=Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, 2221-2229.
- Hery. 2019. Manajemen Pemasaran. PT.Gramedia: Jakarta.
- Hasan, A. (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hendra, N.N. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis Merek MPV Toyota

- Kijang Innova di Semarang. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Jurusan Manajemen. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Istoto, S., & Subagja, I. K. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Buah Melon PT. Syafina Niaga. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran (Milenium ed.)*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (12 Jilid 1 & 2 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (13 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Masrin, I., & Yanto, R. P. (2019). Dampak Promosi, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia, Vol.10(No.2)*, 1–15.
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2013). Kualitas Produk Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 5(2)*, 1–20.
- P, Pralina, R., & Edwar, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Surabaya Town Square. *Jurnal Pendidikan Tata Negara*, 61-66.
- Rawung, D. R., Oroh, S., & Sumarauw, J. S. (2015). Analisis Kualitas Produk, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Pratama Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 3(3)*, 1298–1308.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: PrenadaMedia.
- Setiawan, A., & Wiwaha, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Pada Pt. Bank Tabungan Negara(Persero),Tbk. Kantor Cabang Kelapa Gading Square. *Jurnal Ilmiah WIDYA, 2(November)*.
- Shinta, Agustini. 2011. *Manajemen Pemasaran*. UB Press: Malang.
- Sholihah, S., & Santoso, E. B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Martabak Terang Bulan "Bahari Tunggulwulung Malang). *Aplikasi Bisnis, 4(2)*, 394–397.

- Sugiyanto, W. K. dan. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Nestle Indonesia. Skripsi Respositari, 136(1), 510–524
- Suryani, T. (2008). Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swasta, B., Dharmesta, & Irawan. (2008). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Syahrial, Y. A. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada UD. Aneka Karya Glass Di Surakarta. In *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian spring bedcomforta. Jurnal EMBA.
- Yolamalinda, N. (2013). Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Di Dharmasraya. *Journal of Economic and Economic Education*, 2(1), 28–32.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Riwayat Hidup**RIWAYAT HIDUP****Identitas Diri**

Nama : Andi Muh Athila Farhan
Tempat, Tanggal Lahir : Makassar, 11 Agustus 1998
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
No Telpn : 081355460412
E-mail : athilafarhan@gmail.com

Riwayat Pendidikan

2007-2010 : SD. INPRES BARAYA 1
2010-2013 : SMP NEGERI 8 MAKASSAR
2013-2016 : SMA NEGERI 1 MAKASSAR

Pengalaman Organisasi

1. IKATAN MAHASISWA MANAJEMN (IMMAJ) UNIVERSITAS HASANUDDIN
2. HIMPUNAN MAHASISWA ISLAM
3. HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA PERGURUAN TINGGI UNIVERSITAS HASANUDDIN.

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Makassar, 21 Mei 2021

Andi Muh. Athila Farhan

Lampiran 2: Kuesioner**DAFTAR PERTANYAAN
KUESIONER**

Kepada Yth:
Saudara/i
Mahasiswa Universitas Hasanuddin
Di tempat,

Dengan Hormat,

Sehubung dengan penyusunan skripsi pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso Di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin)**", saya:

Nama : Andi Muh Athila Farhan

NIM : A021171335

Memohon kesediaan saudara/i mahasiswa untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan ini sesuai dengan pengalaman anda dalam melakukan pembelian produk minisio di kota makassar. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk mempelajari permasalahan yang berhubungan dengan keputusan menyewa. Segala informasi yang anda berikan akan dijamin kerahasiaan dan hanya untuk kepentingan akademis. Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Andi Muh Athila Farhan

Lampiran 3: Identitas Responden dan Jawaban Responden

IDENTITAS SAUDARA/I

1. Jenis Kelamin

- Pria
- Wanita

2. Fakultas

- Ilmu Ekonomi
- Manajemen
- Akuntansi

3. Angkatan

- 2017
- 2018
- 2019

PILIH LAH SALAH SATU JAWABAN PERTANYAAN DI BAWAH INI YANG DIANGGAP PALING TEPAT DENGAN MEMBERI TANDA ✓ (Contreng):

Pilihan Jawaban:

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

Pernyataan

“Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso Di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin)”

A. Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa Miniso memberikan kualitas yang tahan lama					
2	Saya merasa produk di Miniso menarik perhatian					
3	Saya merasa produk di Miniso dapat bertahan lama/tidak gampang rusak					
4	Saya merasa produk di Miniso sesuai dengan standar dan kualitas yang ditawarkan					
5	Saya merasa produk di Miniso dapat digunakan lebih dari setahun					
6	Saya mudah mendapatkan produk Miniso baik di platform media sosial maupun offline store					
7	Saya merasa produk di Miniso memberikan reputasi yang baik					
8	Saya membeli produk di Miniso karena sesuai dengan harapan saya					

B. Promosi (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Ikan miniso memberikan informasi yang baik dan menarik terkait produknya					
2	Miniso selalu mengadakan promosi baik					

	berupa diskon, cashback, hadiah, dan lainnya					
3	saya terdorong membeli produk miniso karena miniso memiliki hubungan yang baik terkhususnya kepada konsumen					
4	Saya tertarik dengan penjualan personal yang diadakan dengan miniso					
5	Penjualan secara langsung membuat saya mudah membeli produk miniso					

C. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih produk di Miniso karena sesuai dengan gaya saya					
2	Saya memilih produk di Miniso karena produk yang unik dan menarik					
3	Saya memilih produk di Miniso karena citra merek yang dikenal banyak orang					
4	Saya membeli produk di Miniso tiap ada diskon yang ditawarkan					

Lampiran 4: Hasil Analisis Data

Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	R Tabel (N=90) Taraf Signifikan 0.05%	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0,874	0,1332	Valid
	X1.2	0,900	0,1332	Valid
	X1.3	0,864	0,1332	Valid
	X1.4	0,842	0,1332	Valid
	X1.5	0,865	0,1332	Valid
	X1.6	0,877	0,1332	Valid
	X1.7	0,899	0,1332	Valid
	X1.8	0,873	0,1332	Valid
Promosi	X2.1	0,854	0,1332	Valid
	X2.2	0,874	0,1332	Valid
	X2.3	0,874	0,1332	Valid
	X2.4	0,851	0,1332	Valid
	X2.5	0,889	0,1332	Valid
	X2.6	0,864	0,1332	Valid
	X2.7	0,904	0,1332	Valid
	X2.8	0,869	0,1332	Valid
	X2.9	0,887	0,1332	Valid
Keputusan Pembelian	Y1	0,843	0,1332	Valid
	Y2	0,851	0,1332	Valid
	Y3	0,869	0,1332	Valid
	Y4	0,846	0,1332	Valid
	Y5	0,853	0,1332	Valid
	Y6	0,888	0,1332	Valid
	Y7	0,866	0,1332	Valid
	Y8	0,874	0,1332	Valid
	Y9	0,891	0,1332	Valid
	Y10	0,892	0,1332	Valid
	Y11	0,848	0,1332	Valid

Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Kualitas Produk (X1)	0.798	Reliabel
2.	Promosi (X2)	0.793	Reliabel
3.	Keputusan Pembelian (Y)	0.785	Reliabel

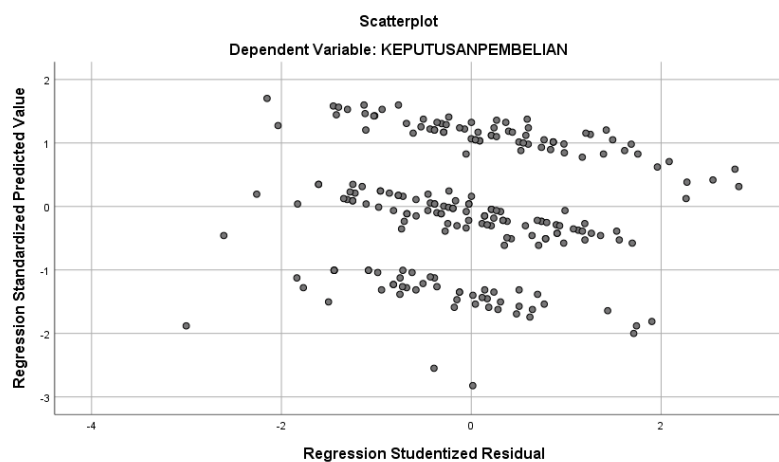
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		217
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,76687215
Most Extreme Differences	Absolute	,031
	Positive	,031
	Negative	-,024
Test Statistic		,031
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KUALITAS PRODUK	,122	8,183
	PROMOSI	,122	8,183
a. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN			

Uji heteroskedastisitas



Analisis deskriptif

No	Pernyataan	SKOR					RATA-RATA
		SS	S	N	TS	STS	
1	X1.1	33	96	68	20	0	3,65
2	X1.2	34	83	74	24	2	3,57
3	X1.3	25	94	79	18	1	3,57
4	X1.4	23	89	85	20	0	3,53
5	X1.5	27	100	70	19	1	3,61
6	X1.6	33	84	83	16	1	3,61
7	X1.7	36	90	71	20	0	3,65
8	X1.8	33	91	69	24	0	3,61
SKOR RATA-RATA							28,81

No	Pernyataan	SKOR					RATA-RATA
		SS	S	KS	TS	STS	
1	X2.1	47	85	77	8	0	3,79
2	X2.2	43	97	62	14	1	3,77
3	X2.3	42	96	62	16	1	3,75
4	X2.4	38	96	68	15	0	3,72

5	X2.5	50	91	60	15	1	3,80
6	X2.6	44	82	78	13	0	3,72
7	X2.7	51	90	60	15	1	3,81
8	X2.8	43	101	59	14	0	3,80
9	X2.9	55	84	70	8	0	3,86
SKOR RATA-RATA							34,01

No	Pernyataan	SKOR					RATA-RATA
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Y1	37	92	70	17	1	3,68
2	Y2	45	94	65	13	0	3,79
3	Y3	56	79	75	7	0	3,85
4	Y4	42	92	72	11	0	3,76
5	Y5	44	100	60	13	0	3,81
6	Y6	53	87	61	16	0	3,82
7	Y7	52	85	69	10	1	3,82
8	Y8	54	83	66	14	0	3,82
9	Y9	55	89	63	9	1	3,87
10	Y10	57	86	64	9	1	3,87
11	Y11	42	92	61	20	2	3,70
SKOR RATA-RATA							41,76

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2,611	,977	
	KUALITASPRODUK	,268	,091	,194
	PROMOSI	,924	,081	,757

a. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,941 ^a	,886	,885	2,780
a. Predictors: (Constant), PROMOSI, KUALITASPRODUK				
b. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN				

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12893,408	2	6446,704	834,295	,000 ^b
	Residual	1653,606	214	7,727		
	Total	14547,014	216			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						
b. Predictors: (Constant), PROMOSI, KUALITAS PRODUK						

Uji T

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	2,672	,008
	Kualitas Produk	2,947	,004
	Promosi	11,481	,000
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN			