

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian B. “Mengemukakan Faktor-Faktor Terbentuknya Citra Merek,” (2021) 9–32.
- Anuraga, Wirawan, and Sonang Sitohang. “Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Merk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 4 (2015) : 1–18.
- Ashari, Aditya. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion,” (2020) : 16–45.
- Azhari. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*. 2nd Ed. Febi Press, 2019.
- Dermawan, Aulia Agung. “Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Skin Care Melalui Offline Dan Online.” *Skripsi*, 2020.
- Dindy, Rika, Nurbaiti. “Peluang Dan Tantangan Bisnis Pada Era Revolusi Industri 4.0 Bagi General Milenial Di Indonesia.” *Jurnal Sistem Informasi Dan E-Bisnis* 1, UIN Sumatera Utara, 2022.
- Ekonomi, Fakultas, and Bisnis. 2017. “Ekonomi Mikro Islam Ii.”
- Ekonomi, Fakultas, and Dan Bisnis. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Dusun Karang Agung Desa Negara Nabung Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syari ’ Ah INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI, 2018.
- Geza, Ginda Tera, Universitas Sriwijaya, and Fakultas Hukum Palembang. *Penegakan Sanksi Pidana Bagi Pelaku Usaha Produksi Kosmetik Ilegal Yang Mencantumkan Nomor Izin Edar Palsu Bpom Di Kota Palembang*, 2018.
- Hakim, Arif Rahman, Muhamad Daviya, and Nur Fauzi. n.d. “Industri Kosmetik Dan Manfaat Bagi Konsumen Kosmetik Di Indonesia.” *Majoring In Chemistry Faculty Of Math And Science Padang State University*.
- Hasanuddin, Maulana Rajab, N. Rachma, and Budi Wahono. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pada Pelanggan Kedai Kopi Mr Beard Coffee Jl, Saxophone No. 47 Tunggul Wulung Lowokwaru Malang).” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 9 (2020): 39–53.
- Imsar, Dkk. *Ekonomi Mikro Islam*. Medan: Febi Press, 2019.

- Ibrahim, Malik. "TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN" 4 (2019): 175–82.
- Jiwandono, Agung, Rois Arifin, and M Hufron. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Warung Bakso Tiara Kediri (Studi Pada Konsumen Bakso Tiara Kediri Di Tulungagung)." *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 105–24. www.fe.unisma.ac.id, 2019.
- Juliana. " Analisis Pengaruh Kepatuhan Membayar Zakat Terhadap Keberkahan." *Jurnal At-Tawassuth 2*, UIN Sumatera Utara, (2017) : 282-303
- Korowa, Enos, Sontje Sumayku, and Sandra Asaloei. "Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)." *Jurnal Administrasi Bisnis 6* (2018): 27–34.
- Mahasiswa, Pada, D I Kampus, and Stie Banten. "1* 2* 3*" 17 (2021): 73–86.
- Maksum, Ahmad Rifa'i, Rois Arifin, and M. Hufron. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening." *Journal of Riset Manajemen 53* (2018): 1689–99.
- Masdiantini, Putu Riesty, Ni Made, and Sindy Warasniasih. "Laporan Keuangan Dan Prediksi Kebangkrutan Perusahaan" 5 (2020): 196–220.
- Musa, B, and J J Rotinsulu. "Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi Terhadap Omzet Penjualan Telur Ayam Pada Pt. Pandu Prima Manado." *Jurnal 7* (2019): 2701–10.
- Nabila, Yahya, Nurbaiti. "Revolusi Industri 4.0 : Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis Dan Implementasinya." *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis 2*, UIN Sumatera Utara, 2021 ; 91-98.
- Ngurah, I Gusti, Bagus Hagita, and Indra Mas. "BRAND IMAGE MEMEDIASI KUALITAS PRODUK SMARTPHONE OPPO DI KOTA DENPASAR Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Pengguna Teknologi Smartphone Pada Negara Indonesia Bertumbuh Dengan Pesat . Lembaga Riset Digitalmarketing Memperkir" 8 (2019): 7102–31.
- Nur Ahmadi Bi Rahmani. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: Febi Press, 2016.
- Produk, Pembelian, Studi Kasus, Pada Konsumen, Produk Pt, and H N I Hpai. "Journal Of Management, Accounting, Economic and Business" 01 (2020):

399–413.

Putra, Teddy Anggara. n.d. “Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , Harga , Promosi , Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian R Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya Pilihan , Salah Satunya Xiaomi . Xiaomi Memberikan Banyak Pilihan Segmen Y.”

Putro, Shandy Widjoyo. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya.” *Jurnal Manajemen Pemasaran 2* (2014): 1–9.

RaniMayaSari. “AnalisisFaktor-FaktorYangMempengaruhiKepuasanKaryawan PT. BRIDGESTONE Sumatra Rubber Estate (BSRE) KabupatenSimalungun Dalam Menggunakan BSM Electronic Payroll.” UIN SumateraUtara,2020.

Riza, Umayu. “Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Favorit Swalayan Kamulan.” *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, (2018) : 15–53.

Rizkym. F.Dan Yasin H. “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat BeliPerumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan.” *JurnalManajemenDan Bisnis*(2014).

Rofiq, Ainnur, and Muhammad Hufon. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Powernoise Store Studi Kasus Pada Konsumen Powernoise Store Malang.” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen 7* (2018): 152–67.

Sabani, Akbar. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Palopo.” 2012.

Setiawan, Agus, Rois Arifin, and Siti Asiyah. 2020. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Brand Image, Brand Trust, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Lestari ECO Desa Sambung Tulungagung.” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen 9* (2020): 138–55.

Si, M, Rita Handayani, M Si, Aqwa Naser Daulay, M Si, and Muhammad Syahbudi. *Ekonomi Mikro Islam*. Medan: Febi Press. 2017

Siregar, Anjali Marwiyah dan Nuri Aslami. " Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian", *Mimbar kampus : Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 21 (2) 2022.

- Siti, Nurhyati. "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta" IV (2017): 60–69.
- Studi, Program, Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah, dan Komunikasi. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Donatur Antar Jemput Dompot Amanah Umat Skripsi." Universitas Islam Negeri Sunan, 2019.
- Syahbudi, Muhammad. "Ekonomi Makro Perspektif Islam." *Diklat Ekonomi Makro Perspektif Syariah*, 2018.
- Tampubolon, Mega Romauly. "PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN SELERA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya Pematangsiantar) Perkembangan Zaman Kian Hari-" (2020): 291–98.
- Tjia, Heru Suciato, and M Amin Kadafi. "Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian" 14 (2017): 92–97.
- Tsalatsa, Moh Akhsanus. "GRESIK" 9 (2021): 1464–71.
- Udompong, Lertporn, and Suwimon Wongwanich. "Diagnosis of the Scientific Literacy Characteristics of Primary Students." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 116: 5091–96. "Universitas Sumatera Utara." 2018.
- Variasi, Pengaruh, Produk Penny, Pengaruh Variasi Produk, and Customer Experience. n.d. "Pengaruh Variasi Produk ...," 89–98.
- Wulandari, N. "Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart." *Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau Pekanbaru*, 2020: 77.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

A. DATA RESPONDEN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan Hormat,

Bersama dengan ini Saya Deva Kumala Sari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) memohon kesediaan Bapak/Ibu Untuk mengisi daftar pernyataan berikut sebagai data agar dapat menyusun skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Minat Masyarakat Muslim Terhadap Permintaan Produk Yafa’s Beauty Health & Care”** pada program Sarjana Ekonomi (S.E) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Dan saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawabnya dengan baik. Atas kerjasamanya, Saya ucapkan terimakasih. Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini, mohon saudara mengisi data berikut ini terlebih dahulu. Lingkarilah untuk jawaban pilihan saudara/i.

1. Nama :
2. Jenis kelamin
 - a. Laki-Laki b. Perempuan
3. Usia
 - a. < 14 tahun c. 16 tahun
 - b. 15 tahun d. > 17 tahun
4. Apakah anda memiliki rekening di bank
 - a. Ya b. Tidak

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Jawablah masing-masing pertanyaan dibawah ini sesuai dengan penilaian anda mengenai “Pengaruh Religiusitas, Sistem Bagi Hasil, dan Kelompok Referensi terhadap Minat Menabung Remaja pada Bank Syariah”

2. Pilihlah satu jawaban dari kelima alternatif jawaban dengan memberi tanda(√) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia.
3. Dimohon untuk tidak mengosongkan jawaban, karena pernyataan yang dibuat telah benar adanya.
4. Keterangan jawaban yang tersedia adalah:

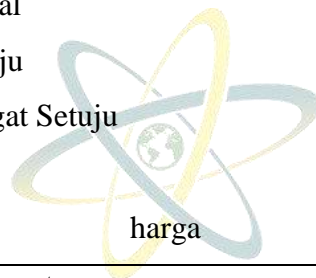
STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju



No	Pernyataan	ss	s	n	Ts	Sts
1.	Harga produk yafa beauty terjangkau.					
2.	Harga yang ditawarkan produk yafa beauty sesuai dengan kualitas produk.					
3.	Harga yang ditawarkan produk yafa beauty sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan.					
4.	Harga produk yafa beauty dapat bersaing dengan produk kecantikan lainnya.					
5.	Harga produk yafa beauty lebih terjangkau dari pada harga produk kecantikan lainnya.					

SUMATERA UTARA MEDAN
Kualitas produk

No	Pernyataan	Ss	S	N	Ts	Sts
1.	Kualitas produk yafa beauty cukup bagus.					
2.	Perubahan untuk memperbaiki permasalahan kulit wajah cukup meyakinkan.					
3.	Menggunakan produk yafa beauty membuat percaya diri.					

4.	Produk yafa beauty merupakan produk yang aman digunakan.					
5.	Kelengkapan pilihan produk yafa beauty memberikan kenyamanan kepada pengguna.					

Lokasi

No	Pernyataan	Ss	S	N	Ts	Sts
1.	Lokasi klinik kecantikan yafa beauty di jalan benteng hilir, percut sei tuan cukup strategis.					
2.	Lokasi klinik kecantikan yafa beauty di jalan benteng hilir, percut sei tuan dilalui pejalan kaki dan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.					
3.	Tempat parkir di klinik kecantikan yafa beauty di jalan benteng hilir, percut sei tuan cukup luas.					
4.	Lokasi klinik kecantikan di jalan benteng hilir, percut sei tuan merupakan lokasi yang mudah ditemukan.					
5.	Lokasi klinik kecantikan yafa beauty dekat dengan pusat perbelanjaan atau pusat keramaian.					

Minat masyarakat muslim

No	Pernyataan	Ss	S	N	Ts	Sts
1.	Saya membeli produk yafa beauty karena keinginan dari diri sendiri.					
2.	Saya merekomendasikan produk yafa beauty kepada orang lain.					
3.	Saya cenderung loyal pada suatu produk					

	kecantikan apabila produk tersebut memuaskan.					
4.	Saya selalu mencari informasi mengenai produk kecantikan yang diminati.					
5.	Saya menemukan produk yang saya inginkan di klinik yafa beauty.					

Permintaan produk

No	Pernyataan	Ss	S	N	Ts	Sts
1.	Saya akan tetap membeli produk di klinik kecantikan yafa beauty walaupun banyak produk kecantikan lain yang lagi populer.					
2.	Saya akan tetap membeli produk di klinik kecantikan yafa beauty walaupun lokasi berpindah.					
3.	Saya akan tetap membeli produk di klinik kecantikan yafa beauty walaupun harga dinaikkan.					
4.	Saya akan tetap membeli produk di klinik kecantikan yafa beauty walaupun tidak ada harga promosi.					
5.	Saya membeli produk di klinik kecantikan secara berulang karena merasa puas.					

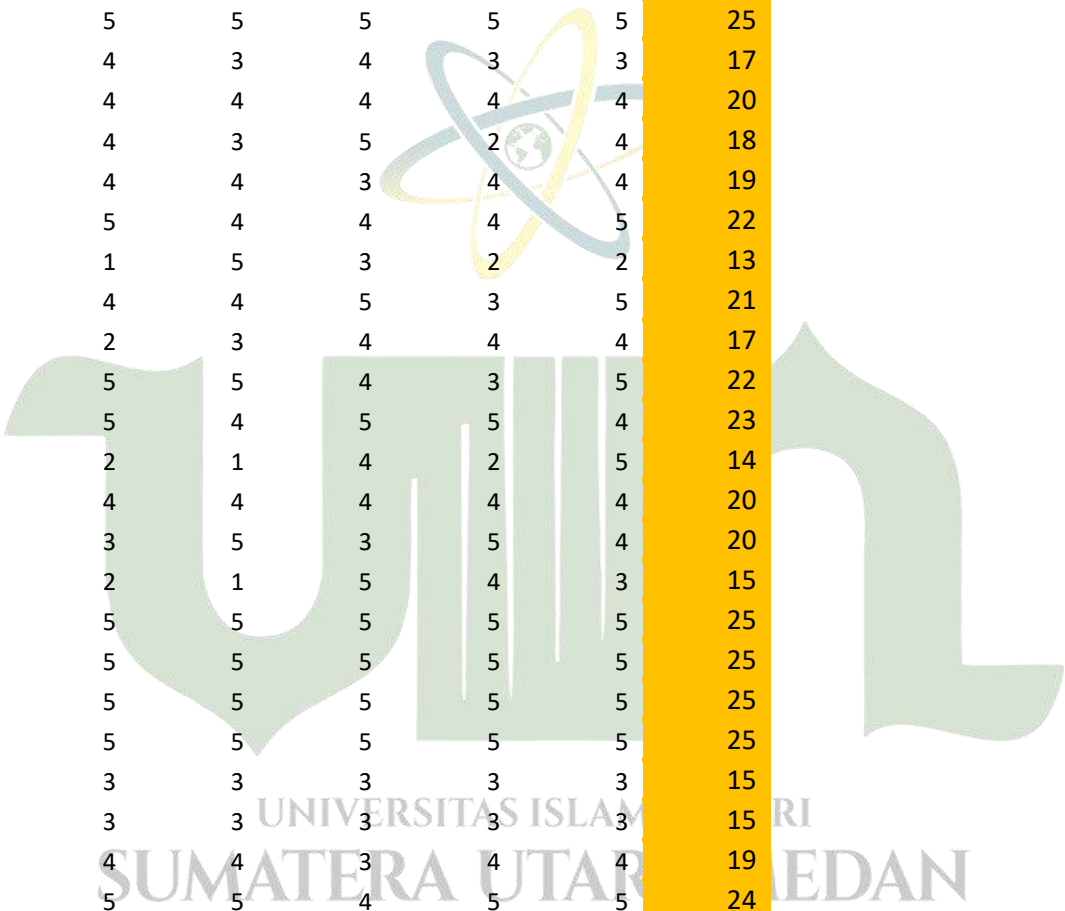
Lampiran 2 Data Tabulasi Responden
Data Tabulasi Responden Kepuasan Konsumen (Y)

X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1 TOTAL
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	1	4	5	4	18
4	4	4	5	4	21
4	5	5	5	3	22
4	5	5	5	5	24
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
3	4	3	3	4	17
5	5	5	4	5	24
4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	3	5	5	23
2	2	1	4	4	13
5	1	2	3	5	16
5	2	5	5	5	22
2	2	5	3	5	17
5	5	5	4	3	22
5	5	3	4	3	20
5	4	4	4	4	21
5	2	5	2	5	19
5	1	1	2	2	11
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
3	4	4	5	3	19
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15

3	4	4	4	3	18
5	5	5	3	5	23
5	4	4	3	3	19
3	4	5	5	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25
3	4	5	5	4	21
4	3	4	3	4	18
4	4	4	4	4	20
5	3	5	4	3	20
3	5	5	4	3	20
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	3	19
4	4	3	5	1	17
3	5	3	5	2	18
3	5	1	3	1	13
4	2	5	3	5	19
2	5	1	1	4	13
1	5	2	4	3	15
3	5	5	3	5	21
5	2	4	3	5	19
5	3	5	4	3	20
5	2	5	3	5	20
5	2	5	4	5	21
2	1	5	2	5	15
5	1	3	2	1	12
3	1	4	5	3	16
5	1	4	2	3	15
4	3	3	4	3	17
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
3	3	4	4	3	17

X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2 TOTAL
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
4	5	5	5	5	24

5	4	4	4	5	22
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	5	22
3	3	3	3	3	15
4	4	4	5	5	22
5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
4	3	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	3	5	2	4	18
4	4	3	4	4	19
5	4	4	4	5	22
1	5	3	2	2	13
4	4	5	3	5	21
2	3	4	4	4	17
5	5	4	3	5	22
5	4	5	5	4	23
2	1	4	2	5	14
4	4	4	4	4	20
3	5	3	5	4	20
2	1	5	4	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	4	3	4	4	19
5	5	4	5	5	24
4	4	3	5	4	20
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
4	3	3	3	3	16
4	4	5	4	4	21



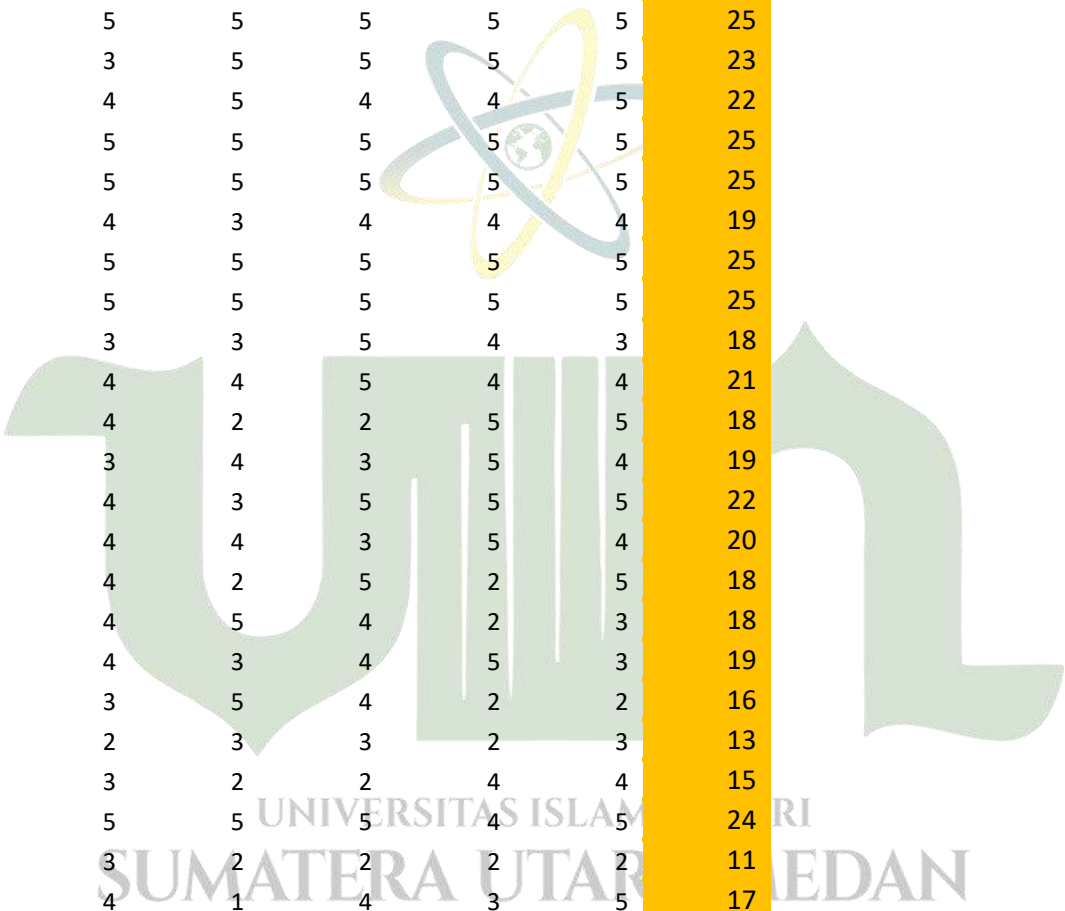
5	4	4	2	5	20
3	5	4	3	3	18
3	3	4	5	5	20
5	3	3	4	4	19
4	2	1	2	2	11
3	2	5	2	5	17
3	5	4	5	2	19
3	5	4	5	4	21
5	4	5	3	4	21
5	5	5	5	5	25
5	3	1	3	3	15
5	5	2	5	3	20
5	3	1	5	1	15
3	5	5	2	2	17
2	5	5	2	4	18
3	5	5	5	3	21
5	3	5	2	5	20
5	3	3	1	5	17
1	2	2	5	3	13
5	3	4	3	3	18
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
3	3	4	4	4	18
X3P1	X3P2	X3P3	X3P4	X3P5	X3 TOTAL
5	5	5	5	5	25
3	3	4	3	3	16
4	4	4	5	4	21
3	4	4	4	4	19
4	5	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	4	3	4	3	18
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25

4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
3	3	3	2	2	13
3	5	4	5	4	21
5	3	3	2	3	16
3	5	3	5	3	19
3	3	3	5	5	19
3	5	3	5	3	19
4	4	2	4	4	18
3	2	1	4	3	13
3	3	3	4	4	17
3	2	2	1	3	11
2	1	4	3	2	12
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	3	4	4	20
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	4	19
5	4	2	2	2	15
5	5	5	5	5	25
5	5	2	5	5	22
4	4	3	4	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21
4	4	3	3	4	18
4	4	5	4	5	22
3	3	3	5	2	16
2	3	3	3	3	14
5	3	3	3	3	17
4	4	3	5	4	20
2	2	3	5	2	14
3	4	3	3	3	16
4	5	3	5	3	20
5	1	4	3	5	18
1	4	3	4	3	15
5	3	5	2	5	20
4	4	2	5	5	20

5	3	5	5	5	23
1	5	5	4	5	20
2	5	5	3	4	19
2	4	4	3	5	18
5	5	5	4	2	21
3	5	5	2	4	19
4	5	5	4	5	23
5	4	5	4	5	23
3	2	5	5	5	20
5	4	3	5	3	20
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20

X4P1	X4P2	X4P3	X4P4	X4P5	X4 TOTAL
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
5	4	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	5	24
5	5	5	4	4	23
4	4	5	4	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
4	5	4	5	4	22
4	3	4	4	4	19
5	4	4	4	4	21
4	4	5	5	5	23
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	5	20
4	4	4	4	4	20
5	1	5	4	5	20
5	5	4	5	5	24
5	4	4	3	5	21
2	1	2	3	2	10
5	3	4	5	5	22
5	5	4	4	1	19
5	2	5	4	3	19
5	3	5	5	5	23
5	1	4	2	3	15

4	3	4	5	4	20
2	3	1	3	3	12
1	4	3	5	3	16
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	3	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
3	3	5	5	3	19
4	3	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	23
4	5	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	3	5	4	3	18
4	4	5	4	4	21
4	2	2	5	5	18
3	4	3	5	4	19
4	3	5	5	5	22
4	4	3	5	4	20
4	2	5	2	5	18
4	5	4	2	3	18
4	3	4	5	3	19
3	5	4	2	2	16
2	3	3	2	3	13
3	2	2	4	4	15
5	5	5	4	5	24
3	2	2	2	2	11
4	1	4	3	5	17
5	2	4	1	4	16
3	2	1	3	4	13
5	3	4	3	5	20
2	5	4	2	4	17
2	4	2	2	2	12
4	4	2	5	3	18
5	5	4	4	3	21
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15



4	4	5	4	4	21
---	---	---	---	---	----

X5P1	X5P2	X5P3	X5P4	X5P5	X5 TOTAL
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	5	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
3	3	3	3	3	15
5	4	4	4	4	21
5	4	3	4	4	20
4	4	4	3	5	20
5	5	5	5	5	25
5	2	4	3	4	18
4	4	4	4	4	20
3	5	3	4	4	19
5	3	5	5	5	23
5	4	3	3	3	18
2	1	5	4	5	17
2	4	4	4	2	16
5	4	4	4	2	19
2	3	2	5	4	16
4	4	2	3	4	17
3	2	3	1	5	14
4	4	2	3	5	18
3	2	3	2	3	13
3	2	2	2	2	11
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	5	20
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	4	16
5	5	5	5	5	25

5	4	2	2	4	17
4	4	2	4	4	18
5	5	5	5	5	25
5	3	2	2	5	17
3	4	3	4	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	4	3	5	22
2	2	2	2	3	11
4	4	4	4	4	20
3	5	2	5	2	17
3	1	2	2	3	11
4	4	4	5	4	21
4	3	5	3	5	20
3	5	3	5	5	21
3	3	5	2	5	18
1	2	2	3	2	10
3	2	4	4	1	14
1	4	3	2	2	12
3	2	5	3	4	17
3	5	2	5	4	19
5	5	3	5	5	23
5	4	5	5	3	22
3	5	2	5	3	18
3	5	5	4	5	22
4	3	3	2	5	17
4	2	5	2	5	18
3	4	4	3	5	19
3	4	3	5	2	17
4	3	4	3	2	16
5	5	3	4	5	22
3	3	3	3	3	15
4	4	2	3	3	16

UNIVERSITAS ISLAM RI
SUMATERA UTARA MEDAN

Lampiran 3
Uji Validitas dan Reabilitas

Uji Validitas X1

		Correlations					
		X1.P1	X1.P2	X1.P3	X1.P4	X1.P5	X1 TOTAL
X1.P1	Pearson Correlation	1	.113	.416**	.226	.297*	.587**
	Sig. (2-tailed)		.351	.000	.060	.012	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X1.P2	Pearson Correlation	.113	1	.220	.493**	.146	.639**
	Sig. (2-tailed)	.351		.068	.000	.228	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X1.P3	Pearson Correlation	.416**	.220	1	.407**	.551**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.068		.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X1.P4	Pearson Correlation	.226	.493**	.407**	1	.200	.693**
	Sig. (2-tailed)	.060	.000	.000		.098	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X1.P5	Pearson Correlation	.297*	.146	.551**	.200	1	.645**
	Sig. (2-tailed)	.012	.228	.000	.098		.000
	N	70	70	70	70	70	70
X1 TOTAL	Pearson Correlation	.587**	.639**	.766**	.693**	.645**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70

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

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

Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	6

Uji validitas X2

Correlations

		X2.P1	X2.P2	X2.P3	X2.P4	X2.P5	X2 TOTAL
X2.P1	Pearson Correlation	1	.376**	.196	.289*	.441**	.664**
	Sig. (2-tailed)		.001	.105	.015	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X2.P2	Pearson Correlation	.376**	1	.409**	.475**	.276*	.732**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.021	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X2.P3	Pearson Correlation	.196	.409**	1	.196	.593**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.105	.000		.104	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X2.P4	Pearson Correlation	.289*	.475**	.196	1	.261*	.658**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.104		.029	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X2.P5	Pearson Correlation	.441**	.276*	.593**	.261*	1	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.000	.029		.000
	N	70	70	70	70	70	70
X2 TOTAL	Pearson Correlation	.664**	.732**	.682**	.658**	.730**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70

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

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

Uji reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	6

Uji validitas X3

Correlations

		X3.P1	X3.P2	X3.P3	X3.P4	X3.P5	X3 TOTAL
X3.P1	Pearson Correlation	1	.292*	.282*	.267*	.396**	.643**
	Sig. (2-tailed)		.014	.018	.025	.001	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X3.P2	Pearson Correlation	.292*	1	.378**	.435**	.364**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.014		.001	.000	.002	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X3.P3	Pearson Correlation	.282*	.378**	1	.284*	.555**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.018	.001		.017	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X3.P4	Pearson Correlation	.267*	.435**	.284*	1	.412**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000	.017		.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X3.P5	Pearson Correlation	.396**	.364**	.555**	.412**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000	.000		.000
	N	70	70	70	70	70	70
X3 TOTAL	Pearson Correlation	.643**	.701**	.714**	.681**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70

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

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

Uji reliabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	6

Uji validitas X4

Correlations

		X4.P1	X4.P2	X4.P3	X4.P4	X4.P5	X4 TOTAL
X4.P1	Pearson Correlation	1	.280*	.623**	.366**	.537**	.747**
	Sig. (2-tailed)		.019	.000	.002	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X4.P2	Pearson Correlation	.280*	1	.438**	.400**	.245*	.673**
	Sig. (2-tailed)	.019		.000	.001	.041	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X4.P3	Pearson Correlation	.623**	.438**	1	.392**	.515**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X4.P4	Pearson Correlation	.366**	.400**	.392**	1	.460**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.001		.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X4.P5	Pearson Correlation	.537**	.245*	.515**	.460**	1	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.041	.000	.000		.000
	N	70	70	70	70	70	70
X4 TOTAL	Pearson Correlation	.747**	.673**	.804**	.716**	.732**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70

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

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

Uji reliabilitas X4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	6

Uji Validitas Y

Correlations

		Y.P1	Y.P2	Y.P3	Y.P4	Y.P5	Y TOTAL
Y.P1	Pearson Correlation	1	.462**	.422**	.342**	.460**	.747**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y.P2	Pearson Correlation	.462**	1	.201	.665**	.333**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000		.095	.000	.005	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y.P3	Pearson Correlation	.422**	.201	1	.386**	.440**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.095		.001	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y.P4	Pearson Correlation	.342**	.665**	.386**	1	.207	.727**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.001		.085	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y.P5	Pearson Correlation	.460**	.333**	.440**	.207	1	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.085		.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y TOTAL	Pearson Correlation	.747**	.742**	.685**	.727**	.682**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70

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

Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	6

Analisis Deskriptive

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	70	11.00	25.00	19.9429	3.73734
Kualitasproduk	70	11.00	25.00	20.1000	3.62819
Lokasi	70	11.00	25.00	19.4714	3.55382
MinatMasyarakat Muslim	70	10.00	25.00	20.1857	3.94635
PermintaanProduk	70	10.00	25.00	18.9429	3.89681
Valid N (listwise)	70				

3. Uji normalitas

a. One sample Kolmogrove-smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.31579002
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.085
	Negative	-.093
Test Statistic		.093
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.

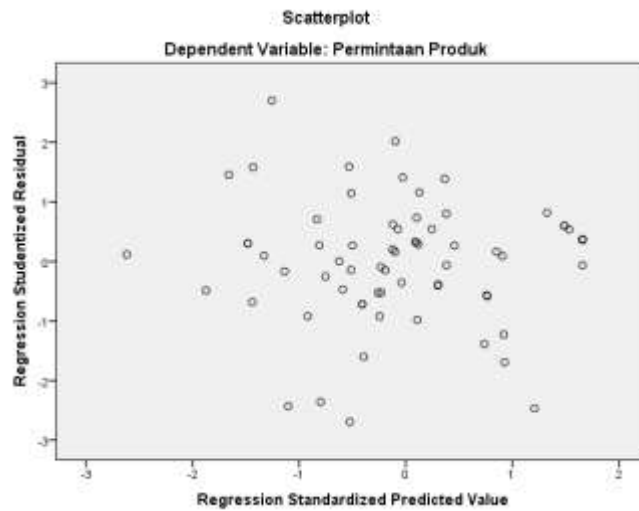
b. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Harga	.474	2.110
Kualitasproduk	.483	2.072
Lokasi	.601	1.665
Minatmasyarakatmuslim	.433	2.309

a. Dependent Variable: Permintaanproduk

c. Uji Heteroskedastisitas



Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.471	1.890		-.249	.804
Harga	.537	.112	.515	4.808	.000
Kualitasproduk	.525	.114	.490	.4720	.003
Lokasi	.472	.104	.430	4.523	.000

MinatMasyarakat Muslim	.401	.111	.361	4.013	.005
---------------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: PermintaanProduk

UJI HIPOTESIS

a. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	677.732	4	169.433	29.762	.000 ^b
Residual	370.039	65	5.693		
Total	1047.771	69			

a. Dependent Variable: PermintaanProduk

b. Predictors: (Constant), MinatMasyarakat Muslim, Lokasi, Kualitasproduk, Harga

b. Uji parsial (t)

Model	T	Sig
(constant)	-.249	.804
Harga	4.808	.000
Kualitasproduk	3.220	.001
Lokasi	4.523	.000
minatmasyarakatmuslim	2.013	.003

a. Dependendvariabel: permintaanproduk

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.647	.625	2.38598

a. Predictors: (Constant), MinatMasyarakat Muslim, Lokasi, Kualitasproduk, Harga

b. Dependent Variable: PermintaanProduk