LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Instrumen Penelitian/Kuesioner

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOMORO COFFEE DI KOTA BANJARMASIN

Assalamualaikum Wr. Wb

Perkenalkan saya Putri Erika Amelia, mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN ANTASARI BANJARMASIN. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin". guna memenuhi tugas akhir skripsi.

Dengan kriteria responden sebagai berikut :

1. Konsumen yang mengkonsumsi Tomoro Coffe
2. Perempuan/Laki-laki
3. Usia 15-45 tahun
4. Pekerjaan

Apabila saudara/i memenuhi kriteria diatas, Mohon untuk kesediaannya untuk mengisi lembar kuesioner ini dengan lengkap sesuai petunjuk dan kondisi yang sebenarnya. Informasi dalam kuesioner ini bersifat "RAHASIA" dan hanya

digunakan untuk keperluan penelitian oleh peneliti. Saya mengharapkan saudara/i dapat memilih pilihan jawaban yang sesuai dengan diri responden

Akhir kata, saya ucapkan terima kasih atas ketersediaan anda meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, Semoga Allah SWT membalas kebaikan anda.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Salam Hormat,
Putri Erika Amelia.

I. PETUNJUK PENGISIAN

1. Berikan tanda (✓) pada salah satu alternatif jawaban pada kolom yang telah tersedia.
2. Jawablah Pertanyaan yang ada di kuesioner ini berdasarkan dengan pengalaman anda.
3. Jawab dan pilihlah pada pilihan yang menurut anda paling sesuai pada kolom yang telah bersedia.
4. Alternatif jawaban disediakan dalam kriteria sebagai berikut :

    1 : Sangat Tidak Setuju

    2 : Tidak Setuju

    3 : Kurang Setuju

    4 : Setuju

    5 : Sangat Setuju

Data Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

Usia :

☐ 15-25 Tahun

☐ 26-35 Tahun

☐ 36-45 Tahun

Pekerjaan :

LEMBAR PERTANYAAN

Digital Marketing (X1)

No.	Butir Kuesioner	STS 1	TS 2	RG 3	S 4	SS 5
Digital Marketing (X_2)						
1.	Proses secara digital membuat saya tertarik untuk membeli produk Tomoro Coffe.					
2.	Saya mengetahui Tomoro Coffee dari iklan digital.					
3.	Saya dapat dengan mudah menemukan situs web Tomoro Coffee melalui mesin pencari seperti Google.					
4.	Saya sering melihat promosi Tomoro Coffee di media social seperti Instagram dan Tiktok.					
5.	Konten social media Tomoro Coffee menarik dan Informatif.					
6.	Komunikasi pemasaran melalui media social meningkatkan minat saya terhadap Tomoro Coffe.					
7.	Iklan Tomoro Coffee sering muncul di media social yang saya gunakan.					

Kualitas Produk (X2)

No.	Butir Kuesioner	STS 1	TS 2	RG 3	S 4	SS 5	Total
Kualitas Produk (X2)							
1.	Proses pembuatan Tomoro Coffe menggunakan teknologi yang menghasilkan rasa yang berkualitas.						
2.	Pelayanan yang diberikan oleh Tomoro Coffe sudah sesuai dengan prosedur.						
3.	Tomoro Coffe memiliki rasa yang stabil dan konsisten setiap kali konsumen mengkonsumsi.						
4.	Tomoro Coffe memberikan pengalaman menikmati kopi yang menyenangkan.						
5.	Tomoro Coffe memiliki desain kemasan yang modern serta mudah dibawa.						
6.	Tomoro Coffe memiliki varian kopi yang beragam sehingga konsumen bisa memilih rasa kopi sesuai keinginan.						

Keputusan Pembelian (Y)

No.	Butir Kuesioner	STS 1	TS 2	RG 3	S 4	SS 5
Keputusan Pembelian (Y)						
1.	Saya membeli Tomoro Coffee karena kualitas produk yang dimiliki.					
2.	Saya membeli Tomoro Coffee karena mereknya sudah popular.					
3.	Saya membeli jumlah Tomoro Coffee sesuai kebutuhan.					
4.	Saya membeli Tomoro Coffee secara rutin dalam waktu tertentu.					
5.	Saya membeli Tomoro Coffee karena outletnya mudah dijangkau.					
6	Kemudahan dalam proses pembayaran mempengaruhi keputusan akhir saya untuk membeli.					

2. Tabel Statisitik

a. Digital Marketing (X)

Resp.	DIGITAL MARKETING X1							TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
1	4	4	4	4	4	4	4	**28**
2	4	4	4	4	4	5	5	**30**
3	4	5	4	5	4	5	4	**31**
4	5	5	5	5	4	5	4	**33**
5	5	4	5	5	4	5	4	**32**
6	5	5	5	5	3	4	5	**32**
7	5	4	5	5	3	5	5	**32**
8	4	4	4	4	3	5	4	**28**
9	4	4	4	4	5	5	4	**30**
10	4	3	1	4	4	4	3	**23**
11	5	5	5	5	3	5	5	**33**
12	4	4	4	3	4	5	4	**28**
13	4	4	5	4	4	5	4	**30**
14	3	3	2	4	3	4	4	**23**
15	1	4	4	4	4	4	3	**24**
16	5	4	5	5	3	5	2	**29**
17	4	4	4	4	4	4	4	**28**
18	4	4	4	5	5	4	5	**31**
19	4	4	5	2	3	4	4	**26**
20	4	4	4	5	4	5	4	**30**
21	5	5	5	5	4	4	5	**33**
22	3	3	3	4	4	5	3	**25**
23	4	5	4	5	4	5	4	**31**
24	4	3	4	4	4	4	4	**27**
25	5	5	5	5	5	5	5	**35**
26	5	4	4	5	5	2	5	**30**
27	4	4	4	4	4	5	5	**30**
28	3	4	3	4	4	3	4	**25**
29	4	4	4	4	4	4	4	**28**
30	4	4	4	4	1	2	4	**23**
31	3	4	3	4	4	3	4	**25**
32	4	3	5	3	5	4	3	**27**
33	5	2	5	3	5	5	3	**28**

34	5	3	4	4	5	5	5	**31**
35	4	4	4	4	4	4	3	**27**
36	3	4	3	3	5	5	5	**28**
37	5	5	5	5	5	5	4	**34**
38	5	5	5	5	5	5	5	**35**
39	3	4	4	4	5	3	4	**27**
40	5	5	5	2	5	5	3	**30**
41	5	5	5	5	5	1	3	**29**
42	5	4	5	4	5	5	4	**32**
43	4	4	4	4	4	4	5	**29**
44	4	5	3	4	5	4	1	**26**
45	4	5	4	4	2	4	4	**27**
46	4	4	4	4	4	3	4	**27**
47	4	4	4	4	4	4	4	**28**
48	4	4	4	4	4	4	4	**28**
49	4	4	4	5	5	4	5	**31**
50	5	4	4	5	3	3	3	**27**
51	3	4	3	4	3	4	5	**26**
52	5	5	3	5	5	5	5	**33**
53	4	4	4	1	4	4	5	**26**
54	4	4	4	4	4	4	5	**29**
55	5	5	3	3	4	4	4	**28**
56	1	4	4	1	4	4	4	**22**
57	4	3	5	3	4	4	5	**28**
58	5	5	5	5	5	5	5	**35**
59	4	5	3	5	4	4	5	**30**
60	5	5	5	4	5	5	5	**34**
61	4	5	3	5	4	4	3	**28**
62	5	4	3	5	5	5	3	**30**
63	5	5	5	4	5	5	5	**34**
64	5	5	5	4	5	5	5	**34**
65	4	4	4	4	4	4	4	**28**
66	3	5	4	4	5	3	5	**29**
67	4	4	4	3	4	4	4	**27**
68	4	4	4	4	4	4	5	**29**
69	4	4	4	5	3	4	3	**27**
70	5	3	3	4	5	5	3	**28**
71	4	3	4	3	3	4	4	**25**
72	4	3	3	3	3	4	4	**24**

73	4	5	5	5	3	4	4	**30**
74	4	3	3	3	3	5	4	**25**
75	4	5	3	4	4	4	4	**28**
76	4	4	3	5	5	4	5	**30**
77	5	5	5	5	3	5	5	**33**
78	4	3	4	5	3	4	4	**27**
79	5	3	4	5	3	5	5	**30**
80	4	3	5	5	3	4	5	**29**
81	5	4	4	3	4	4	5	**29**
82	3	5	5	5	5	3	4	**30**
83	3	4	4	4	4	3	4	**26**
84	4	4	4	4	4	4	5	**29**
85	4	4	4	4	4	4	5	**29**
86	4	4	3	4	4	4	4	**27**
87	4	4	4	4	4	4	3	**27**
88	4	5	5	5	4	4	4	**31**
89	4	2	4	5	5	4	3	**27**
90	4	1	4	5	3	4	5	**26**
91	3	5	2	5	5	3	4	**27**
92	5	5	5	4	3	5	5	**32**
93	3	5	4	4	4	3	5	**28**
94	4	3	4	3	4	4	5	**27**
95	3	4	5	4	5	3	4	**28**
96	3	5	4	4	4	3	5	**28**
TOTAL	**393**	**393**	**389**	**397**	**388**	**399**	**402**	**2761**

b. Kualitas Produk (X2)

Resp.	KUALITAS PRODUK X2						TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	4	4	4	3	4	4	**23**
2	4	4	4	4	4	5	**25**
3	5	4	4	5	3	4	**25**
4	5	5	3	3	5	5	**26**
5	4	3	4	5	3	5	**24**
6	5	4	5	3	3	4	**24**
7	3	5	5	5	3	4	**25**
8	4	3	5	3	5	5	**25**
9	3	5	3	4	4	5	**24**
10	4	4	3	5	5	4	**25**
11	5	5	5	5	3	5	**28**
12	4	3	4	5	3	5	**24**
13	5	3	4	5	3	5	**25**
14	4	3	5	5	3	4	**24**
15	4	4	4	4	4	4	**24**
16	5	5	3	4	3	5	**25**
17	4	2	3	4	5	4	**22**
18	4	1	5	3	4	4	**21**
19	4	4	4	4	4	4	**24**
20	3	4	3	1	4	5	**20**
21	5	3	4	2	4	2	**20**
22	1	5	5	5	4	5	**25**
23	5	2	4	3	3	5	**22**
24	4	3	5	4	5	4	**25**
25	5	5	2	5	5	5	**27**
26	5	5	5	4	3	5	**27**
27	5	5	1	4	4	1	**20**
28	4	3	3	4	5	3	**22**
29	4	4	3	4	5	5	**25**
30	5	5	4	4	4	4	**26**
31	5	5	4	4	4	5	**27**
32	4	5	4	4	3	5	**25**
33	5	5	5	5	5	4	**29**
34	3	3	5	4	4	4	**23**
35	4	3	5	4	5	5	**26**
36	4	5	5	5	5	5	**29**

37	4	3	5	5	5	4	**26**
38	5	3	4	4	4	5	**25**
39	4	5	4	5	3	5	**26**
40	5	4	5	3	3	5	**25**
41	4	5	3	4	5	4	**25**
42	4	5	5	5	3	4	**26**
43	5	3	5	4	3	5	**25**
44	4	4	4	4	4	4	**24**
45	4	4	4	4	4	4	**24**
46	4	4	5	4	4	4	**25**
47	3	4	4	4	4	5	**24**
48	5	4	5	3	4	4	**25**
49	2	5	3	5	5	5	**25**
50	5	5	5	5	5	5	**30**
51	4	4	5	5	4	4	**26**
52	5	5	3	4	5	5	**27**
53	5	5	5	5	2	5	**27**
54	5	5	3	4	5	5	**27**
55	4	4	5	3	5	4	**25**
56	4	4	3	4	5	5	**25**
57	5	5	4	5	1	4	**24**
58	5	5	4	5	4	5	**28**
59	4	4	3	5	4	5	**25**
60	5	3	4	5	3	4	**24**
61	3	5	5	3	5	4	**25**
62	4	3	5	3	4	5	**24**
63	4	5	5	5	5	5	**29**
64	4	4	5	4	5	4	**26**
65	5	5	3	4	5	5	**27**
66	4	5	5	5	5	5	**29**
67	5	5	3	4	5	5	**27**
68	4	4	4	5	3	4	**24**
69	4	5	5	5	5	4	**28**
70	5	4	3	5	4	5	**26**
71	4	5	5	5	5	4	**28**
72	4	4	5	3	4	4	**24**
73	4	5	4	5	5	4	**27**
74	3	5	4	3	5	5	**25**
75	5	4	4	4	4	4	**25**

76	5	4	4	4	4	5	**26**
77	5	4	4	5	4	5	**27**
78	4	5	5	5	5	4	**28**
79	5	4	4	4	4	5	**26**
80	5	5	4	5	5	5	**29**
81	5	4	3	4	4	5	**25**
82	4	4	4	4	4	4	**24**
83	4	4	4	5	4	5	**26**
84	5	4	3	4	4	4	**24**
85	5	5	5	5	5	5	**30**
86	4	4	5	4	4	5	**26**
87	5	5	5	5	5	4	**29**
88	3	4	5	4	5	4	**25**
89	5	5	3	4	5	5	**27**
90	4	5	3	4	3	5	**24**
91	4	4	4	4	4	4	**24**
92	5	4	3	4	5	5	**26**
93	4	5	5	4	5	5	**28**
94	5	4	4	4	5	5	**27**
95	4	4	4	4	4	4	**24**
96	4	5	3	5	5	5	**27**
TOTAL	**411**	**403**	**393**	**403**	**399**	**431**	**2440**

c. **Keputusan Pembelian (Y)**

Resp.	KEPUTUSAN PEMBELIAN Y						TOTAL Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	5	4	5	5	4	4	**27**
2	4	4	4	4	4	4	**24**
3	4	4	5	4	4	5	**26**
4	5	4	5	3	5	5	**27**
5	4	3	5	5	5	4	**26**
6	4	5	5	4	5	5	**28**
7	4	5	4	5	4	3	**25**
8	4	4	4	3	4	4	**23**
9	4	4	5	3	4	4	**24**
10	4	4	5	5	5	4	**27**
11	5	5	5	5	5	5	**30**
12	4	5	5	3	5	4	**26**
13	5	4	5	4	4	5	**27**
14	4	5	5	5	4	4	**27**
15	4	4	4	3	4	4	**23**
16	3	3	5	5	5	5	**26**
17	4	4	4	4	4	4	**24**
18	4	5	5	5	5	4	**28**
19	4	5	4	4	5	4	**26**
20	5	4	5	3	5	3	**25**
21	5	5	5	5	5	5	**30**
22	5	4	4	5	5	5	**28**
23	5	4	5	4	5	5	**28**
24	5	4	4	4	4	4	**25**
25	3	5	5	3	5	5	**26**
26	5	4	4	3	4	5	**25**
27	5	1	5	5	5	5	**26**
28	4	5	5	5	4	4	**27**
29	4	4	5	5	5	4	**27**
30	4	4	5	4	4	5	**26**
31	2	2	5	5	5	5	**24**
32	4	3	5	5	5	4	**26**
33	4	5	5	1	5	5	**25**
34	4	4	4	5	5	3	**25**
35	1	1	4	5	4	4	**19**

36	4	4	5	3	4	4	**24**
37	4	4	4	5	5	4	**26**
38	5	5	5	5	5	5	**30**
39	4	5	5	5	4	4	**27**
40	5	4	5	4	4	5	**27**
41	4	3	5	5	4	4	**25**
42	4	4	4	3	5	5	**25**
43	3	5	5	5	5	5	**28**
44	4	5	4	4	5	2	**24**
45	4	5	5	5	4	4	**27**
46	4	5	4	4	5	4	**26**
47	5	4	4	5	4	5	**27**
48	5	5	5	5	5	5	**30**
49	5	4	4	5	5	5	**28**
50	5	4	5	4	5	5	**28**
51	5	4	4	4	4	4	**25**
52	3	5	5	3	5	4	**25**
53	5	4	4	3	4	5	**25**
54	5	4	5	5	5	5	**29**
55	4	5	5	5	4	4	**27**
56	4	4	4	4	5	4	**25**
57	4	4	5	4	4	1	**22**
58	4	4	5	5	5	5	**28**
59	4	5	4	5	4	4	**26**
60	4	5	5	5	5	5	**29**
61	4	4	4	5	5	5	**27**
62	4	4	4	3	4	4	**23**
63	4	4	5	5	4	4	**26**
64	4	4	4	5	5	5	**27**
65	5	5	5	5	5	5	**30**
66	4	3	5	5	4	4	**25**
67	5	4	5	4	4	5	**27**
68	4	5	5	3	1	4	**22**
69	4	5	4	5	4	4	**26**
70	5	5	5	4	5	5	**29**
71	5	4	5	5	4	4	**27**
72	5	5	5	4	3	4	**26**
73	4	5	4	4	5	4	**26**
74	5	5	5	3	4	3	**25**

75	5	5	5	5	5	5	**30**
76	4	5	5	5	2	4	**25**
77	5	4	5	4	5	5	**28**
78	5	4	4	4	4	4	**25**
79	3	5	5	3	5	5	**26**
80	5	4	1	3	4	5	**22**
81	5	4	5	5	5	5	**29**
82	4	4	5	3	5	4	**25**
83	5	5	4	5	4	4	**27**
84	4	4	2	4	4	5	**23**
85	3	4	5	3	5	5	**25**
86	4	3	4	3	5	5	**24**
87	4	5	5	2	5	5	**26**
88	4	4	4	4	4	4	**24**
89	4	4	4	5	4	4	**25**
90	4	4	5	3	4	4	**24**
91	4	4	4	5	4	5	**26**
92	5	5	5	5	5	5	**30**
93	4	3	4	3	4	4	**22**
94	5	4	5	4	4	5	**27**
95	4	3	5	5	4	4	**25**
96	4	5	4	3	5	4	**25**
TOTAL	**407**	**404**	**439**	**402**	**427**	**419**	**2498**

3. Hasil Uji Data

a. Uji Distribusi Frekuensi Variabel

1. Variabel Digital Marketing (X1)

Pertanyaan X1.1

Proses secara digital membuat saya tertarik untuk membeli produk Tomoro Coffe.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.1	2.1	2.1
	RG	14	14.6	14.6	16.7
	S	51	53.1	53.1	69.8
	SS	29	30.2	30.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan X1.2

Saya mengetahui Tomoro Coffe dari iklan digital.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	2	2.1	2.1	3.1
	RG	15	15.6	15.6	18.8
	S	47	49.0	49.0	67.7
	SS	31	32.3	32.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan X1.3

Saya dapat dengan mudah menemukan situs web Tomoro Coffe melalui mesin pencari seperti Google.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	2	2.1	2.1	3.1
	RG	17	17.7	17.7	20.8
	S	47	49.0	49.0	69.8
	SS	29	30.2	30.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan X1.4

Saya sering melihat promosi Tomoro Coffe di media social seperti Instagram dan Tiktok.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.1	2.1	2.1
	TS	2	2.1	2.1	4.2
	RG	12	12.5	12.5	16.7
	S	45	46.9	46.9	63.5
	SS	35	36.5	36.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan X1.5

Konten social media Tomoro Coffe menarik dan Informatif.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.1
	RG	20	20.8	20.8	22.9
	S	45	46.9	46.9	69.8
	SS	29	30.2	30.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan X1.6

Komunikasi pemasaran melalui media social meningkatkan minat saya terhadap Tomoro Coffe.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	2	2.1	2.1	3.1
	RG	12	12.5	12.5	15.6
	S	47	49.0	49.0	64.6
	SS	34	35.4	35.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan X1.7

Iklan Tomoro Coffe sering muncul di media social yang saya gunakan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.1
	RG	15	15.6	15.6	17.7
	S	41	42.7	42.7	60.4
	SS	38	39.6	39.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

2. Variabel Kualitas Produk (X2)

Pertanyaan X2.1

Proses pembuatan Tomoro Coffe menggunakan teknologi yang menghasilkan rasa yang berkualitas.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.1
	RG	8	8.3	8.3	10.4
	S	46	47.9	47.9	58.3
	SS	40	41.7	41.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan X2.2

Pelayanan yang diberikan oleh Tomoro Coffe sudah sesuai dengan prosedur.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	2	2.1	2.1	3.1
	RG	15	15.6	15.6	18.8
	S	37	38.5	38.5	57.3
	SS	41	42.7	42.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan X2.3

Tomoro Coffe memiliki rasa yang stabil dan konsisten setiap kali konsumen mengkonsumsi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.1
	RG	23	24.0	24.0	26.0
	S	34	35.4	35.4	61.5
	SS	37	38.5	38.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan X2.4

Tomoro Coffe memberikan pengalaman menikmati kopi yang menyenangkan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.1
	RG	13	13.5	13.5	15.6
	S	44	45.8	45.8	61.5
	SS	37	38.5	38.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan X2.5

Tomoro Coffe memiliki desain kemasan yang modern serta mudah dibawa.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.1
	RG	19	19.8	19.8	21.9
	S	36	37.5	37.5	59.4
	SS	39	40.6	40.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan X2.6

Tomoro Coffe memiliki varian kopi yang beragam sehingga konsumen bisa memilih rasa kopi sesuai keinginan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.1
	RG	1	1.0	1.0	3.1
	S	40	41.7	41.7	44.8
	SS	53	55.2	55.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

3. Variabel Keputusan pembelian (Y)

Pertanyaan Y1

Saya membeli Tomoro Coffe karena kualitas produk yang dimiliki.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.1
	RG	6	6.3	6.3	8.3
	S	54	56.3	56.3	64.6
	SS	34	35.4	35.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan Y2

Saya membeli Tomoro Coffe karena mereknya sudah popular.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.1	2.1	2.1
	TS	1	1.0	1.0	3.1
	RG	8	8.3	8.3	11.5
	S	49	51.0	51.0	62.5
	SS	36	37.5	37.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan Y3

Saya membeli jumlah Tomoro Coffe sesuai kebutuhan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.1
	S	34	35.4	35.4	37.5
	SS	60	62.5	62.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan Y4

Saya membeli Tomoro Coffe secara rutin dalam waktu tertentu.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.1
	RG	23	24.0	24.0	26.0
	S	25	26.0	26.0	52.1
	SS	46	47.9	47.9	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan Y5

Saya membeli Tomoro Coffe karena outletnya mudah dijangkau.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.1
	RG	1	1.0	1.0	3.1
	S	44	45.8	45.8	49.0
	SS	49	51.0	51.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pertanyaan Y6

Kemudahan dalam proses pembayaran mempengaruhi keputusan akhir saya untuk membeli.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.1
	RG	4	4.2	4.2	6.3
	S	46	47.9	47.9	54.2
	SS	44	45.8	45.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

b. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

a) Hasil Uji Validitas Variabel Digital Marketing (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.445**	.541**	.514**	.198	.853**	.337**	.686**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	.053	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.445**	1	.641**	.771**	.546**	.421**	.349**	.830**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.541**	.641**	1	.594**	.363**	.534**	.271**	.755**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	.008	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.514**	.771**	.594**	1	.501**	.454**	.372**	.836**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	.198	.546**	.363**	.501**	1	.182	.251*	.628**
	Sig. (2-tailed)	.053	<,001	<,001	<,001		.076	.013	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	.853**	.421**	.534**	.454**	.182	1	.197	.575**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	.076		.055	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.7	Pearson Correlation	.337**	.349**	.271**	.372**	.251*	.197	1	.610**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	.008	<,001	.013	.055		<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1	Pearson Correlation	.686**	.830**	.755**	.836**	.628**	.575**	.610**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

b) Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.045	-.041	.063	-.012	.107	.289**
	Sig. (2-tailed)		.666	.693	.539	.910	.301	.004
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.045	1	.327**	.616**	.659**	.164	.824**
	Sig. (2-tailed)	.666		.001	<,001	<,001	.111	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	-.041	.327**	1	.399**	.319**	-.051	.594**
	Sig. (2-tailed)	.693	.001		<,001	.002	.622	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	.063	.616**	.399**	1	.414**	.121	.761**
	Sig. (2-tailed)	.539	<,001	<,001		<,001	.241	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	-.012	.659**	.319**	.414**	1	.059	.735**
	Sig. (2-tailed)	.910	<,001	.002	<,001		.568	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.6	Pearson Correlation	.107	.164	-.051	.121	.059	1	.287**
	Sig. (2-tailed)	.301	.111	.622	.241	.568		.005
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2	Pearson Correlation	.289**	.824**	.594**	.761**	.735**	.287**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	<,001	<,001	<,001	<,001	.005	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

c) Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.217*	-.062	.686**	.070	.136	.589**
	Sig. (2-tailed)		.033	.550	<,001	.499	.187	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y2	Pearson Correlation	.217*	1	-.012	.367**	.430**	.301**	.574**
	Sig. (2-tailed)	.033		.907	<,001	<,001	.003	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y3	Pearson Correlation	-.062	-.012	1	.233*	.494**	.632**	.487**
	Sig. (2-tailed)	.550	.907		.022	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	.686**	.367**	.233*	1	.336**	.444**	.843**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	.022		<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y5	Pearson Correlation	.070	.430**	.494**	.336**	1	.768**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.499	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y6	Pearson Correlation	.136	.301**	.632**	.444**	.768**	1	.768**
	Sig. (2-tailed)	.187	.003	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y	Pearson Correlation	.589**	.574**	.487**	.843**	.708**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

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

2. Uji Reliabilitas

a) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Digital Marketing (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.652	6

b) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.652	6

c) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	6

c. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters[a,b]	Mean		.4593803
	Std. Deviation		1.71857014
Most Extreme Differences	Absolute		.091
	Positive		.075
	Negative		-.091
Test Statistic			.091
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.171
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.162
		Upper Bound	.181

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 1314643744.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	25.202	3.522		7.155	<,001		
	TOTAL X1	.152	.073	.246	2.071	.042	.997	1.003
	TOTAL X2	-.224	.057	-.118	-.997	.042	.997	1.003

a. Dependent Variable: TOTAL Y

3. Uji Heteroskedastitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2.216	1.965		-1.127	.264
	TOTAL X1	.082	.041	.238	1.999	.050
	TOTAL X2	.048	.063	.090	.756	.452

a. Dependent Variable: ABS_RES

4. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635[a]	.403	.391	3.28070

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, DIGITAL MARKETING

5. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	25.202	3.522		7.155	<,001		
	TOTAL X1	.152	.073	.246	2.071	.042	.997	1.003
	TOTAL X2	-.224	.057	-.118	-.997	.042	.997	1.003

a. Dependent Variable: TOTAL Y

6. Uji T (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	25.202	3.522		7.155	<,001		
	TOTAL X1	.152	.073	.246	2.071	.042	.997	1.003
	TOTAL X2	-.224	.057	-.118	-.997	.042	.997	1.003

a. Dependent Variable: TOTAL Y

7. Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.358	2	9.179	3.100	< 0,05[b]
	Residual	275.302	93	2.960		
	Total	284.000	95			

a. Dependent Variable: TOTALY

b. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

Tabel Uji t

Nilai t tabel = 1,986 (df=93, uji dua arah/sig. 0,025) ditandai kuning.

Pr	**0.25**	**0.10**	**0.05**	**0.025**	**0.01**	**0.005**	**0.001**
(df)	**0.50**	**0.20**	**0.10**	**0.050**	**0.02**	**0.010**	**0.002**
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279

Pr	**0.25**	**0.10**	**0.05**	**0.025**	**0.01**	**0.005**	**0.001**
(df)	**0.50**	**0.20**	**0.10**	**0.050**	**0.02**	**0.010**	**0.002**
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Pr	**0.25**	**0.10**	**0.05**	**0.025**	**0.01**	**0.005**	**0.001**
(df)	**0.50**	**0.20**	**0.10**	**0.050**	**0.02**	**0.010**	**0.002**
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Tabel Uji F

df1 = k-1 (kolom), df2 = n-k-1 (baris). Nilai F tabel = 3,09 (df1=2, df2=97) ditandai kuning.

df2 \ df1	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.448	199.500	215.707	224.583	230.162	233.986	236.768	238.883
2	18.513	19.000	19.164	19.247	19.296	19.330	19.353	19.371
3	10.128	9.552	9.277	9.117	9.013	8.941	8.887	8.845
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256	6.163	6.094	6.041
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.050	4.950	4.876	4.818
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387	4.284	4.207	4.147
7	5.591	4.737	4.347	4.120	3.972	3.866	3.787	3.726
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687	3.581	3.500	3.438
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482	3.374	3.293	3.230
10	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326	3.217	3.135	3.072
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204	3.095	3.012	2.948
12	4.747	3.885	3.490	3.259	3.106	2.996	2.913	2.849
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025	2.915	2.832	2.767
14	4.600	3.739	3.344	3.112	2.958	2.848	2.764	2.699
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901	2.790	2.707	2.641
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852	2.741	2.657	2.591
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.810	2.699	2.614	2.548
18	4.414	3.555	3.160	2.928	2.773	2.661	2.577	2.510
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.740	2.628	2.544	2.477
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711	2.599	2.514	2.447
21	4.325	3.467	3.072	2.840	2.685	2.573	2.488	2.420
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661	2.549	2.464	2.397
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.640	2.528	2.442	2.375
24	4.260	3.403	3.009	2.776	2.621	2.508	2.423	2.355
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603	2.490	2.405	2.337
26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587	2.474	2.388	2.321
27	4.210	3.354	2.960	2.728	2.572	2.459	2.373	2.305
28	4.196	3.340	2.947	2.714	2.558	2.445	2.359	2.291
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545	2.432	2.346	2.278
30	4.171	3.316	2.922	2.690	2.534	2.421	2.334	2.266
31	4.160	3.305	2.911	2.679	2.523	2.409	2.323	2.255
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512	2.399	2.313	2.244
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503	2.389	2.303	2.235
34	4.130	3.276	2.883	2.650	2.494	2.380	2.294	2.225
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485	2.372	2.285	2.217
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477	2.364	2.277	2.209
37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.470	2.356	2.270	2.201
38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463	2.349	2.262	2.194
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456	2.342	2.255	2.187
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449	2.336	2.249	2.180

df2 \ df1	1	2	3	4	5	6	7	8
41	4.079	3.226	2.833	2.600	2.443	2.330	2.243	2.174
42	4.073	3.220	2.827	2.594	2.438	2.324	2.237	2.168
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432	2.318	2.232	2.163
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427	2.313	2.226	2.157
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422	2.308	2.221	2.152
46	4.052	3.200	2.807	2.574	2.417	2.304	2.216	2.147
47	4.047	3.195	2.802	2.570	2.413	2.299	2.212	2.143
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409	2.295	2.207	2.138
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404	2.290	2.203	2.134
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400	2.286	2.199	2.130
51	4.030	3.179	2.786	2.553	2.397	2.283	2.195	2.126
52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393	2.279	2.192	2.122
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	2.275	2.188	2.119
54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386	2.272	2.185	2.115
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383	2.269	2.181	2.112
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380	2.266	2.178	2.109
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377	2.263	2.175	2.106
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	2.260	2.172	2.103
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	2.257	2.169	2.100
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	2.254	2.167	2.097
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366	2.251	2.164	2.094
62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.363	2.249	2.161	2.092
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361	2.246	2.159	2.089
64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358	2.244	2.156	2.087
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356	2.242	2.154	2.084
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354	2.239	2.152	2.082
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352	2.237	2.150	2.080
68	3.982	3.132	2.740	2.507	2.350	2.235	2.148	2.078
69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348	2.233	2.145	2.076
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231	2.143	2.074
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344	2.229	2.142	2.072
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342	2.227	2.140	2.070
73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340	2.226	2.138	2.068
74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338	2.224	2.136	2.066
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337	2.222	2.134	2.064
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335	2.220	2.133	2.063
77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333	2.219	2.131	2.061
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332	2.217	2.129	2.059
79	3.962	3.112	2.720	2.487	2.330	2.216	2.128	2.058
80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329	2.214	2.126	2.056
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327	2.213	2.125	2.055
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326	2.211	2.123	2.053
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324	2.210	2.122	2.052

df2 \ df1	1	2	3	4	5	6	7	8
84	3.955	3.105	2.713	2.480	2.323	2.209	2.121	2.051
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322	2.207	2.119	2.049
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321	2.206	2.118	2.048
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319	2.205	2.117	2.047
88	3.949	3.100	2.708	2.475	2.318	2.203	2.115	2.045
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317	2.202	2.114	2.044
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316	2.201	2.113	2.043
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315	2.200	2.112	2.042
92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313	2.199	2.111	2.041
93	3.943	3.094	2.703	2.470	2.312	2.198	2.110	2.040
94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311	2.197	2.109	2.038
95	3.941	3.092	2.700	2.467	2.310	2.196	2.108	2.037
96	3.940	3.091	2.699	2.466	2.309	2.195	2.106	2.036
97	3.939	3.090	2.698	2.465	2.308	2.194	2.105	2.035
98	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307	2.193	2.104	2.034
99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306	2.192	2.103	2.033
100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305	2.191	2.103	2.032

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 6777 955, e-mail:
febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com, website: febi.uin-antasari.ac.id

PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : B - 18/Un. 14/III.5/ES.S1/PP.00.9/01/2026

Setelah kami mempelajari dan diadakan perbaikan seperluanya pada pra proposal (rencana penelitian) yang diajukan saudara (i):

Nama	:	Putri Erika Amelia
NIM	:	190105010147
Program Studi	:	S.1/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	:	Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffe di Kota Banjarmasin

Kami dapat menyetujui pra proposal (rencana penelitian) tersebut. Sebagai pembimbing kami tetapkan sebagai berikut:

Dosen Pembimbing Skripsi : Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag.

Saudara (i) diharapkan segera melakukan konsultasi dengan Dosen Pembimbing skripsi guna mendapatkan arahan dalam rangka persiapan pembuatan skripsi selanjutnya.

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 30 Januari 2026
Ketua Jurusan

KEMENTERIAN AGAMA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ANTASARI BANJARMASIN REPUBLIK INDONESIA

Muhammad Qamaruddin

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.comwebsite: febi.uin-antasari.ac.id

Banjarmasin, 07 April 2026

Nomor : B- 73/Un.14/III.5/ES.S1/PP.00.9/04/2026
Lampiran : Satu berkas
Hal : Penetapan Waktu Ujian Proposal Skripsi

Kepada
Yth. Putri Erika Amelia / 190105010147
Mahasiswa/i Prodi S1 Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin

Assalamu'alaikum wr.wb.
Berdasarkan surat permohonan saudara (i) mengenai penetapan waktu ujian proposal skripsi, maka dengan ini ditetapkan Ujian Proposal Skripsi sebagai berikut :

Nama	:	Putri Erika Amelia
NIM	:	190105010147
Jurusan	:	S1 Ekonomi Syariah
Judul	:	Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffe di Kota Banjarmasin.
Hari/Tanggal	:	Kamis, 09 April 2026
Waktu	:	08.30 - 09.15
Tempat	:	Ruang Munaqasyah 2

Dengan susunan tim penguji sebagai berikut :

Penguji I	:	Drs. H. Nispan Rahmi, M.Ag.
Penguji II	:	Muhammad Qamaruddin, M.E
Notulis	:	Muhammad Syafi'i, M. Ag

Demikian surat penetapan ini dibuat untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.
Wassalamu'alaikum wr.wb.

Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Muhammad Qamaruddin, SEI., ME.

Tembusan :
Yth :
1. Penguji 1
2. Penguji 2
3. Notulis

- Arsip

Catatan : Diharapkan pelaksanaan ujian tepat waktu untuk menghindari tertundanya ujian-ujian berikutnya.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.comwebsite: febi.uin-antasari.ac.id

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ANTASARI BANJARMASIN

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 09 April 2026 telah dilaksanakan ujian proposal skripsi atas nama:

Nama/NIM	:	Putri Erika Amelia / 190105010147
Prodi	:	Ekonomi Syariah
Judul	:	Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffe di Kota Banjarmasin.

Dengan susunan tim Penguji sebagai berikut:

Penguji I	:	Drs. H. Nispan Rahmi, M.Ag.
Penguji II	:	Muhammad Qamaruddin, M.E
Notulis	:	Muhammad Syafi'i, M. Ag

Hasil Ujian Proposal Skripsi dinyatakan :
~~Diterima~~ / diterima dengan perbaikan / ~~ditolak~~*
Catatan pelaksanaan ujian proposal:

Banjarmasin, Kamis, 09 April 2026

1. Penguji I

Drs. H. Nispan Rahmi, M.Ag.

2. Penguji II

Muhammad Qamaruddin, M.E

3. Notulis

Muhammad Syafi'i, M. Ag

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 Banjarmasin 70235
e-mail: [redacted] / website [redacted]

Nomor : B-1034/Un.14/III.5/TL.00/05/2026 — 8 Mei 2026
Sifat : -
Lamp : 1 Berkas
Hal : Permohonan Izin Riset

Yth. 1. Pemilik Tomoro Coffe
2. Lurah Kuripan
di Tempat

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan hormat. Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari menyampaikan permohonan untuk diberikan izin riset kepada:

Nama	:	**Putri Erika Amelia**
NIM	:	190105010147
Semester/Jurusan	:	VIII / Ekonomi Syariah
Tahun Akademik	:	2025/2026
Waktu Riset	:	8 Mei s/d. 12 Juni 2026
Alamat	:	Jl. Pemurus Rt. 08 Rw. 03
Judul Skripsi	:	Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffe di kota Banjarmasin (Sebagaimana Proposal Terlampir).

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon agar kiranya berkenan membantu memberikan data dan informasi yang diperlukan terkait dengan riset tersebut.

Kami sampaikan pula sebagai Satker berpredikat Zona Integritas Wilayah Bebas dari Korupsi (ZI-WBK) menuju Zona Integritas Wilayah Birokrasi Bersih dan Melayani (ZI-WBBM) UIN antasari Banjarmasin berkomitmen terus menjaga integritas serta terus meningkatkan kualitas kinerja dan pelayanan.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Dekan,

Zaki Mubarak

Lebih Baik Melayani, Melayani Lebih Baik

PEMERINTAH KOTA BANJARMASIN
KECAMATAN BANJARMASIN TIMUR
KELURAHAN KURIPAN
Jl. Manggis No.52 Banjarmasin 70236 Telp. (0511) 3252523
Email : kelurahankuripanbanjarmasin@gmail.com Web : https://kuripanbanjarmasinkota.go.id

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 067/0068/KRP/2026

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: HJ, LILY ASTUTI, SE
NIP	: 197406041995032001
Jabatan	: Sekretaris Lurah

Dengan ini Menerangkan Bahwa :

Nama	: PUTRI ERIKA AMELIA
NIM	: 190105010147
Pekerjaan	: Mahasiswi
Bidang	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Lokasi	: Kecamatan Banjarmasin Timur
Waktu	: Dua Bulan

Telah Selesai melaksanakan penelitian/riset dengan Judul " **Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffe di Kota Banjarmasin** "

Demikian keterangan ini diberikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 12 Juni 2026

Lurah,

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 6777663
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Erika Amelia
NIM : 190105010147
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffe di Kota Banjarmasin
Pembimbing I : Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag
Pembimbing II : .....

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
- Hasil dari ujipro beberapa hal diperbaiki & setelah dilakukan konsulasi ternyata tadah dikandalkan juti oleh pemelis. - Segera lakukan penelitian ke lapangan. Bjm. 27/4/26.	

Catatan:

a. Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
b. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 6777663
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Erika Amelia
NIM : 190105010147
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffe di Kota Banjarmasin
Pembimbing I : Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag
Pembimbing II : .....

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
- Perbaiki hal. cover - Perbaiki def. operasional .. - Perbaiki sistematika penulisan - Lanjut bab berikutnya! Jum. 8 Mei 2026	

Catatan:

a. Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
b. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 6777663
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Erika Amelia
NIM : 190105010147
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffe di Kota Banjarmasin
Pembimbing I : Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag
Pembimbing II : ……

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
Bab II. Mestinya dijelaskan hak hub. variabel Y dgn variabel X. - kemudian indikator masing² variabel .. - Lanjut bab berikut nya.! Tj ~ , 11 Mei 2026	

Catatan:

a. Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
b. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 6777663
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Erika Amelia
NIM : 190105010147
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffe di Kota Banjarmasin
Pembimbing I : Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag
Pembimbing II : .....

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
Bab - III. Buat sesempurnya kuesioner dgn. mengacu pd. indikator- dan masing" variabel. - Lampir pd. bab berikutnya! Bjm, 22 Mei 2023	

Catatan:

a. Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
b. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 6777663
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Erika Amelia
NIM : 190105010147
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffe di Kota Banjarmasin
Pembimbing I : Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag
Pembimbing II : ……

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
- Sajian data diperbaiki! - Kesimpulan harus menjawab pertanyaan penelitian yg dikemukakan pd. rumusan-masalah. - Bilim secepatnya daftar Isi, Abstrak, dan lain-lain terlaut persyaratan ujian skripsi! 2/6/20	

Catatan:

a. Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
b. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 6777663
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Erika Amelia
NIM : 190105010147
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffe di Kota Banjarmasin
Pembimbing I : Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag
Pembimbing II : ……

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
Setelah dilakukan konsultasi & perbaikan seperlunya, skripsi ini bisa diujikan! Bjm, 12 Juni '26	

Catatan:

a. Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
b. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama Lengkap : Putri Erika Amelia
2. Tempat dan Tanggal Lahir : Banjarmasin, 31 Desember 2001
3. Agama : Islam
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Status Perkawinan : -
6. Alamat : Jl. Pemurus RT. 08 RW. 03
7. No. HP / Alamat Email : 0882021183000
8. Pendidikan :
    a. TK Pertiwi Lulus tahun 2007
    b. SDN 1-2 Kertak Hanyar 1 Lulus tahun 2013
    c. SMPN 19 Banjarmasin Lulus tahun 2016
    d. SMAN 13 Banjarmasin Lulus tahun 2019
    e. UIN Antasari Banjarmasin Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam Lulus tahun 2026
9. Orang Tua

    Nama Ayah : Ardiansyah

    Pekerjaan : Buruh

    Alamat : Jl. Pemurus RT. 08 RW. 03

    Nama Ibu : Yulimah

    Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

    Alamat : Jl. Pemurus RT. 08 RW. 03
10. Saudara (Jumlah Saudara) : Anak Tunggal