

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R. F., Putri, I. M. M., Soeroso, Y. H., & Riyadi, S. (2022). Redesain Pasar Baru Cikarang Dengan Konsep Industrial Architecture. *Attractive: Innovative Education Journal*, 4(2), 402–425.
- Bella, P. A., Yanti, V. Y., & Hidayat, H. (2023). Pengaruh promosi dan harga terhadap penjualan produk di pasar tradisional. *Jurnal Bisnis Digital (J-BisDig)*, 1(2), 33–46. <https://doi.org/10.52060/j-bisdig.v1i2.1223>
- BPS. (2025). Bekasi Regency In Figures. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi, 22.
- Budy Cahya, S., Subroto, W. T., & Sakti, N. C. (2025). *The Role of Traditional Markets in Improving the Economy of the Community in Indonesia. International Journal of Economics*, 386–396. <https://doi.org/10.62951/ijecm.v1i4.432>
- Damayanti, D., Stie, D., & Wiwaha, W. (2023). Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen.
- Dewanti, N. R. (2025). Kualitas Pelayanan dan Harga Sebagai Faktor Penentu Keputusan Pembelian di Toko Ayam Lestari Jaya. *KarismaPro: Kajian & Riset Manajemen Profesional*, 16(01).
- Dorfi, D. A., & Azizah, S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Daging Ayam Di Pasar Jatiasih Kota Bekasi Selama Pandemi Covid-19. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(1), 10–15. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i1.186>
- Evasari, A. D., Yani, A., & Syahputra, E. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Pucung Jamban Kras Kediri Pada Masa Pandemi Covid-19. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 136–141.
- Ferinia, R., & Simatupang, M. S. (2024). Strategi Pemilihan Lokasi Belanja Berdasarkan Motivasi Pembelian dan Keputusan Konsumen. *Jurnal Simki Economic*, 7(1), 259–270.

- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (1990). *How to design and evaluate research in education*. ERIC.
- Harfiana, A. D. (2022). Mekanisme dan Penetapan Harga Jual Beli Pasar Perspektif Islam. *Jurnal Taraadin*, 2(2), 39–53.
- Harsono, I., Kumagaya, J. P., Utami, D. C., Utami, E. Y., Nasution, M. A., Mataram Indonesia, U., Gentiaras, S., Lampung, B., Pasuruan, U. Y., Maret, U. S., Barumun, S., & Sibuhuan, R. (2024). Analisis komparatif harga produk sembakodi pasar modern dan pasar trdional terhadap daya beli masyarakat (Vol. 08, Nomor 02).
- Isidorus. (2022). Serat Acitya-Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang. *April Management & Accountancy in Practice Journal*, 3(1).
- Kotler, P. (1994). *PRINCIPLES OF MARKETING PHILIP KOTLER*.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2012). *Marketing management*. Prentice Hall.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Tan, C. Tiong., Ang, S. Hoon., & Leong, S. Meng. (2018). *Marketing management : an Asian perspective*. Pearson Education Limited.
- Kyandra, M., & Fauzi, P. (2022). *How Consumers Perceive Towards Traditional or Modern Markets: Proven by Consumer Preference Logistic Regression*. Dalam *Jurnal Ekonomi Pembangunan* (Vol. 20, Nomor 02).
- Lestari, S. (2022). Mengenal dan Membaca Pasar. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2).
- Mugiarti, M. (2018). *factors affecting decision of re-purchase in banyumas traditional markets. Proceeding International Conference of Business, Accounting and Economy (ICBAE UMP 2018)*.
- Mulyana, S., Wulandari, J., & Liani, F. (2024). Pengaruh Pasar Modern terhadap Keberlangsungan Pasar Tradisional di Indonesia *The Influence of Modern Markets on the Sustainability of Traditional Markets in Indonesia. Jurna*

Jurnal Kolaboratif Sains, 7(12), 4689–4695.
<https://doi.org/10.56338/jks.v7i12.6623>

Noviana, I., & Oktavia, D. (2023). *The Effect of Product Quality and Customer Perceived Value on Repurchases with Intervening Satisfaction*. *Marketing and Business Strategy*, 1(1), 35–45. <https://doi.org/10.58777/mbs.v1i1.154>

Philip Kotler. (2023). *Principles Of Marketing*. UIR Press.

Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (t.t.). *PERILAKU PERILAKU KONSUMEN TEORI*.

Ratnaningtyas, H., Ingkadijaya, R., Asmaniaty, F., & Osman, I. E. (2024). *factor influencing visitors shopping at cipulir market, south jakarta*. *Journal homepage*, 9(1), 8–16. <http://mebis.upnjatim.ac.id/>

Salsabila. (2024). Pasar Tradisional Berkonsep City Walk di BSB Kota Semarang.

Sari, R. (2022). Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional. *Jurnal review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(4).

Sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*.

Supriadi, E., Larashati, I., Dwiyanisa, A., Jannah, A., Herawati, O., & Tinggi Ilmu Ekonomi Pasundan, S. (2023). *The Impact of Price and Promotion on The Consumer's Buying Behavior in The Metropolitan Region of Bandung*. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 16(1), 119–128. <https://doi.org/10.55208/bistek>

Syah, R. (2024). Faktor Penentu Terciptanya Loyalitas Konsumen di Pasar Tradisional Asri Marindal Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(2).

Tambunan, J., Sugiarto dan Abdiyanto, A., & Sugiarto, A. (2024). Faktor-faktor penyebab konsumen tetap belanja di pasar tradisional sangkumpal bonang kota

padang sidempuan. Dalam *Jurnal Sains dan Teknologi ISTP* (Vol. 21, Nomor 01).

Tjiptono, F. (2017). Pemasaran strategik: Mengupas pemasaran *strategik, branding strategy, customer satisfaction, strategi kompetitif, hingga e-marketing*.

Tri Wulandari. (2023). pengaruh pasar tradisional caile terhadap pendapatan ekonomi masyarakat di desa kanrung.

Utari, R., Soesilo, T. E. B., & Agustina, H. (2024). *Policy analysis of sustainable traditional market management. Community Service for Sustainable Community Journal*, 1(1), 12–22.
<https://doi.org/10.61511/csjsc.v1i1.2024.702>

Wigiyanti, W., & Kakiay, A. N. (2022). Daya Tarik Pasar Tradisional terhadap Konsumen. *LITERATUS*, 4(2), 723–729. <https://doi.org/10.37010/lit.v4i2.876>

Wulandari, A. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen (F. Rezeki, Ed.). www.publisher.alungcipta.com

Zulfida, I., Siregar, N. M., Darus, M. B., & Lindawati, L. (2025). *Disparities in Consumer Preferences for Procuring Vegetables Between Traditional and Modern Markets. Agro Bali: Agricultural Journal*, 8(1), 198–209.
<https://doi.org/10.37637/ab.v8i1.2160>

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

A. Identitas Responden

1. Usia: ☐ < 20 tahun ☐ 20–30 tahun ☐ 31–40 tahun ☐ > 40 tahun
2. Pendidikan Terakhir: ☐ SD ☐ SMP ☐ SMA/SMK ☐ Diploma ☐ Sarjana
3. Pendapatan per Bulan: ☐ < Rp1 juta ☐ Rp1–2 juta ☐ Rp>2–3 juta ☐ > Rp3 juta

Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai dengan pendapat Anda terhadap pernyataan berikut ini:

Skala: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju, 4 = Sangat Setuju

B. Variabel Harga (X1)

Indikator: Keterjangkauan harga

1. Harga produk di pasar tradisional cukup terjangkau bagi saya.
2. Saya tetap bisa membeli kebutuhan meskipun harga naik di pasar tradisional
3. Saya memilih pasar tradisional karena harga produknya murah dan variatif.

Indikator: Kesesuaian harga dengan kualitas

4. Harga produk di pasar tradisional sesuai dengan kualitasnya.

Indikator: Daya saing harga

5. Harga produk di pasar tradisional lebih murah dibanding tempat lain.
6. Harga produk di pasar tradisional cenderung stabil.
7. Saya jarang menawar harga karena sudah merasa harga di pasar tradisional cukup kompetitif.

Indikator: Kesesuaian harga dengan manfaat

8. Saya merasa puas dengan harga produk yang ditawarkan di pasar tradisional.

C. Variabel Kualitas Produk (X2)

Indikator: Kesesuaian dengan spesifikasi & Indikator: Estetika (aesthetic)

1. Produk yang saya beli di pasar tradisional dalam kondisi bersih dan layak.
2. Produk yang dijual di pasar tradisional segar dan tidak mudah rusak.

Indikator: Perceived quality (kesan kualitas)

3. Saya merasa kualitas produk di pasar tradisional bisa dipercaya.

Indikator: Kinerja (performance)

4. Saya tidak kesulitan mencari barang yang saya butuhkan di pasar tradisional.

Indikator: Fitur (features)

5. Pilihan produk di pasar tradisional sangat beragam.
6. Pasar tradisional menyediakan produk yang unik atau jarang dijual di tempat lain.
7. Saya sering menemukan variasi produk baru saat berbelanja di pasar tradisional.

Indikator: Daya tahan (durability)

8. Produk di pasar tradisional memiliki masa simpan yang cukup lama.

D. Variabel Lokasi dan Fasilitas (X3)

Indikator: Kemudahan dijangkau (accessibility)

1. Lokasi pasar tradisional mudah dijangkau dari tempat tinggal saya.
2. Saya tidak mengalami kesulitan transportasi menuju pasar tradisional.
3. Letak pasar tradisional strategis dan mudah ditemukan.
4. Saya berbelanja di pasar tradisional karena lokasinya dekat dengan tempat saya beraktivitas.

Indikator: Kenyamanan fasilitas (convenience) & Indikator: Keamanan lingkungan (security)

5. Fasilitas parkir di pasar tradisional memadai dan tidak menyulitkan.
6. Fasilitas umum seperti toilet dan tempat sampah tersedia dan berfungsi dengan baik.
7. Saya merasa nyaman berbelanja di pasar tradisional meskipun tempatnya tidak seperti pasar modern.

Indikator: Kebersihan area (cleanliness)

8. Kebersihan area pasar tradisional terjaga dengan baik

E. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Indikator: Pengenalan kebutuhan (need recognition)

1. Sebagian besar kebutuhan pokok saya beli di Pasar Tradisional Lama Cikarang.

Indikator: Pencarian informasi (information search)

2. Saya cukup sering berbelanja di Pasar Tradisional Lama Cikarang.
3. Saya biasanya berbelanja lebih dari satu kali dalam seminggu di pasar ini.

Indikator: Evaluasi alternatif (evaluation of alternatives)

4. Saya membeli banyak produk kebutuhan setiap kali berbelanja di pasar tradisional.

Indikator: Keputusan pembelian (purchase decision)

5. Saya tetap memilih untuk berbelanja di Pasar Tradisional Lama Cikarang meskipun ada pilihan tempat belanja lain.
6. Saya merekomendasikan pasar tradisional ini kepada orang lain karena harganya terjangkau dan kualitas produknya baik.

Indikator: Perilaku Pasca Pembelian

7. Fasilitas umum seperti toilet dan tempat sampah tersedia dan berfungsi dengan baik.
8. Saya merasa nyaman berbelanja di pasar tradisional meskipun tempatnya tidak seperti pasar modern.

Lampiran 2 Tabulasi Data

Variabel Harga (X1)								
H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	Total.X1
4	4	4	2	4	2	2	4	26
3	3	3	2	2	2	2	4	21
4	4	4	2	4	2	2	4	26
3	3	3	3	4	3	3	3	25
4	4	4	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	2	2	2	4	22
4	4	4	3	3	3	3	3	27
3	3	3	4	4	4	4	4	29
3	3	3	4	4	4	4	4	29
3	3	3	3	2	2	2	4	22
3	4	4	4	4	4	4	4	31
2	2	2	3	3	3	3	3	21
3	3	3	4	4	4	4	4	29
3	3	3	4	4	4	4	4	29
3	4	4	3	3	3	3	3	26
2	2	2	4	4	4	4	4	26
4	4	4	3	3	3	3	3	27
2	2	4	4	4	4	4	4	28
3	3	4	4	4	4	4	4	30
3	3	3	3	3	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	2	2	4	4	4	4	4	26
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	2	2	3	3	3	3	3	22
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	1	1	3	3	3	20
2	2	2	3	3	3	3	3	21
4	4	4	3	3	3	3	3	27
2	2	2	4	4	4	3	4	25
3	4	3	2	2	2	2	2	20
2	2	4	3	3	3	3	3	23
4	4	4	3	3	3	3	3	27

Variabel Harga (X1)								
H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	Total.X1
2	2	2	4	4	4	3	4	25
3	3	3	2	2	2	2	2	19
3	3	3	4	2	2	1	2	20
4	4	4	4	4	4	2	2	28
3	4	3	1	1	4	3	3	22
2	2	4	3	3	3	3	3	23
4	4	3	4	4	4	4	4	31
2	2	4	2	2	2	2	2	18
3	3	4	3	3	3	3	3	25
2	2	2	3	3	2	3	2	19
3	3	3	4	4	4	4	4	29
4	2	4	3	3	3	3	3	25
2	2	2	2	2	2	2	2	16
4	4	4	4	4	4	4	2	30
2	2	2	2	2	2	2	3	17
3	4	3	3	3	3	3	3	25
2	2	4	2	2	4	2	4	22
4	4	4	4	2	2	1	3	24
2	2	2	2	2	2	2	2	16
3	3	3	3	3	3	3	4	25
3	3	3	3	3	3	3	4	25
4	4	4	4	4	4	4	3	31
3	4	3	3	3	3	3	2	24
2	2	4	4	4	4	2	3	25
4	4	3	3	3	3	4	4	28
4	4	4	3	4	4	4	4	31
3	3	3	2	2	2	2	3	20
4	4	2	3	3	3	3	2	24
3	3	4	4	4	4	4	4	30
3	3	3	3	3	3	3	3	24
2	2	2	2	2	4	2	2	18
4	4	4	4	2	4	4	4	30
2	2	2	2	4	4	4	2	22
3	4	3	3	4	4	3	3	27
2	2	2	2	4	4	4	2	22
4	4	4	4	4	4	4	2	30
2	2	2	2	4	2	4	3	21
3	3	3	3	4	4	4	3	27
3	3	3	3	2	2	2	3	21

Variabel Harga (X1)								
H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	Total.X1
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	3	2	2	2	3	22
2	2	4	2	3	3	3	2	21
4	4	3	2	4	4	4	4	29
2	2	4	3	2	2	2	2	19
3	3	1	1	2	4	4	3	21
2	2	2	2	3	3	3	4	21
3	3	2	2	3	3	3	3	22
4	4	4	4	2	2	1	4	25
2	3	2	2	2	2	2	2	17
2	2	2	2	4	4	2	2	20
3	3	3	3	3	3	3	3	24
2	4	2	2	2	4	4	2	22
3	3	3	3	3	4	4	3	26
2	2	1	3	2	2	4	2	18
3	2	3	3	4	4	4	4	27
4	2	3	2	2	2	3	4	22
4	4	3	3	3	3	3	4	27
2	2	2	2	2	2	2	2	16
4	4	4	4	4	3	3	3	29
2	4	2	2	4	4	4	2	24
2	2	2	2	2	2	4	4	20
2	2	2	2	2	4	4	4	22
3	3	3	3	3	4	4	3	26
299	306	308	297	308	319	311	317	
2,99	3,06	3,08	2,97	3,08	3,19	3,11	3,17	

Variabel Kualitas Produk (X2)								
KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	Total.X2
2	2	2	2	4	2	4	4	22
2	2	2	2	3	3	4	4	22
4	4	4	4	2	2	2	2	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	2	2	2	4	22
3	3	3	3	4	4	4	4	28
3	3	3	3	2	2	2	4	22
4	4	4	4	4	3	3	3	29
4	4	4	4	3	3	3	3	28
2	2	2	2	4	4	4	4	24
3	3	3	3	4	4	4	4	28
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	3	3	3	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	4	4	4	4	28
4	4	4	4	3	3	3	3	28
3	3	3	3	4	4	4	4	28
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	3	3	3	28
3	3	3	3	4	4	4	4	28
4	4	4	4	3	3	3	3	28
3	3	3	3	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	2	4	4	30
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	3	3	3	3	28
4	4	4	4	4	3	3	4	30
4	4	4	4	3	3	3	3	28
4	4	4	4	3	3	3	3	28
4	4	4	4	2	2	3	3	26
3	3	3	3	3	4	3	4	26
3	3	3	3	2	2	2	2	20

Variabel Kualitas Produk (X2)								
KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	Total.X2
4	4	4	4	3	3	3	3	28
3	3	3	1	3	3	3	3	22
3	3	3	3	3	4	3	4	26
3	3	2	3	4	2	4	2	23
3	4	4	4	2	4	4	4	29
2	2	3	3	2	4	2	2	20
3	3	4	4	3	4	3	3	27
3	3	1	3	4	3	3	3	23
3	4	3	3	4	4	4	4	29
2	2	2	4	3	4	3	3	23
4	4	4	4	3	3	3	3	28
2	2	2	2	3	4	3	3	21
3	3	4	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	3	3	4	3	29
2	2	2	2	2	2	2	2	16
3	3	3	3	4	4	4	4	28
2	4	2	2	2	2	2	2	18
4	4	4	4	3	3	3	4	29
2	2	2	2	2	4	2	2	18
4	4	3	3	4	4	4	4	30
3	3	3	3	2	2	2	2	20
4	4	4	4	3	3	4	3	29
2	2	2	2	3	3	3	3	20
3	4	3	3	4	4	4	4	29
2	2	2	4	3	3	3	4	23
4	4	4	4	2	4	2	2	26
2	2	2	2	4	3	4	4	23
3	3	4	4	3	3	3	3	26
3	3	3	3	2	2	2	2	20
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	3	2	2	2	2	21
2	2	2	4	4	3	3	3	23
4	4	4	4	2	2	4	2	26
2	2	2	2	4	4	4	4	24
3	3	4	4	4	4	4	2	28
2	2	2	2	3	3	3	3	20
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	2	2	4	3	3	3	23

Variabel Kualitas Produk (X2)								
KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	Total.X2
3	4	3	3	2	2	4	2	23
3	4	3	3	4	4	3	4	28
2	2	2	2	2	2	4	2	18
3	3	3	4	3	3	4	3	26
4	4	2	2	2	2	2	2	20
4	4	4	4	3	3	3	3	28
3	3	4	3	4	4	3	4	28
4	4	3	3	3	2	2	2	23
2	2	4	2	3	3	4	3	23
3	3	4	3	3	3	3	3	25
2	4	2	2	4	4	4	4	26
4	4	4	4	3	3	4	3	29
4	2	2	2	4	2	2	2	20
3	4	4	4	4	3	4	4	30
3	2	2	2	4	4	2	4	23
2	3	3	4	4	3	3	4	26
4	2	2	2	2	2	2	2	18
2	4	4	4	3	3	3	3	26
2	3	4	3	4	2	2	2	22
2	3	3	3	4	4	4	4	27
3	4	3	4	4	2	2	2	24
4	4	4	4	3	4	3	3	29
313	327	318	323	323	316	321	320	
3,13	3,27	3,18	3,23	3,23	3,16	3,21	3,20	

Variabel Layanan dan Fasilitas (X3)								
LF1	LF2	LF3	LF4	LF5	LF6	LF7	LF8	Total.X3
4	4	2	2	4	2	2	2	22
3	4	3	4	3	4	4	4	29
3	4	4	4	4	4	4	1	28
3	3	2	2	2	2	2	3	19
4	3	3	3	4	4	4	1	26
4	4	3	3	3	3	3	3	26
1	1	4	4	4	4	4	1	23
4	4	3	3	3	3	3	3	26
4	4	2	2	4	2	4	2	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	2	2	2	2	24
4	4	4	3	4	4	4	3	30
2	4	2	2	2	2	2	2	18
2	4	3	3	3	3	3	4	25
4	4	4	4	4	4	4	1	29
3	4	2	2	2	2	2	3	20
3	4	2	2	2	2	2	2	19
3	4	3	3	3	3	3	3	25
4	4	2	2	2	2	2	1	19
4	4	3	3	3	3	3	4	27
2	2	1	1	1	1	1	1	10
2	2	4	4	4	4	4	4	28
331	337	312	321	314	304	309	261	
3,31	3,37	3,12	3,21	3,14	3,04	3,09	2,61	

Variabel Keputusan Pembelian (Y)								
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total.Y
2	2	2	2	3	3	3	2	19
3	4	3	3	4	4	4	4	29
2	2	2	2	3	3	3	2	19
1	4	4	4	4	4	4	3	28
4	4	2	2	4	4	4	2	26
2	2	2	2	3	3	3	2	19
2	2	2	2	4	4	4	2	22
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	4	4	4	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	4	4	4	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	4	4	4	3	27
4	4	4	4	3	3	3	4	29
4	4	4	4	3	3	3	4	29
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	3	4	4	4	31
3	3	3	3	2	2	2	3	21
4	4	4	4	3	3	3	4	29
4	4	4	4	3	3	3	4	29
3	3	3	3	3	4	4	3	26
4	4	4	4	2	2	2	4	26
3	3	3	3	4	4	4	3	27
4	4	4	4	2	2	4	4	28
4	4	4	4	3	3	4	4	30
4	4	3	3	3	3	3	3	26
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	2	2	2	4	26
3	2	2	3	3	3	3	3	22
3	3	3	3	3	2	2	3	22
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	1	3	3	3	3	1	20
3	3	3	3	2	2	2	3	21
3	3	3	3	4	4	4	3	27
4	4	4	4	2	2	2	4	26
2	2	2	2	3	4	3	2	20

Variabel Keputusan Pembelian (Y)								
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total.Y
3	3	3	3	2	2	4	3	23
3	3	3	3	4	4	4	3	27
4	4	4	4	2	2	2	4	26
2	2	2	2	3	3	3	2	19
4	4	4	4	3	3	3	4	29
2	2	4	4	4	4	4	4	28
3	3	1	4	3	4	3	1	22
3	3	3	3	2	2	4	3	23
4	4	4	4	4	4	3	4	31
2	2	2	2	2	2	4	2	18
3	4	4	3	3	3	4	3	27
2	2	3	2	2	2	2	3	18
4	4	4	4	3	3	3	4	29
3	3	3	3	4	2	4	3	25
2	2	2	2	2	2	2	2	16
4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	2	2	2	2	2	2	2	16
2	4	3	3	3	4	3	3	25
4	2	2	4	2	2	4	2	22
4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	2	2	2	2	2	2	2	16
4	3	3	3	3	3	3	3	25
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	3	4	3	3	28
4	4	4	4	2	2	4	4	28
3	4	3	3	4	4	3	3	27
3	3	4	3	3	3	3	4	26
2	4	2	1	1	2	1	2	15
4	4	4	4	4	4	3	3	30
1	3	2	1	2	1	2	1	13
4	4	3	4	3	4	4	3	29
2	3	1	2	2	2	2	1	15
3	4	4	3	3	3	4	4	28
2	4	2	2	1	2	2	1	16
4	3	4	3	4	4	4	3	29
2	3	2	2	1	1	1	1	13
1	2	1	2	2	1	1	2	12
4	2	3	3	3	4	3	3	25

Variabel Keputusan Pembelian (Y)								
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total.Y
2	1	2	2	1	2	2	2	14
3	1	3	4	3	3	4	4	25
1	2	2	1	2	1	2	1	12
3	2	4	3	4	3	3	3	25
1	2	1	1	1	2	1	2	11
3	1	3	3	3	3	3	3	22
2	2	1	2	2	2	2	2	15
4	2	4	4	4	4	4	4	30
1	1	2	1	1	1	2	1	10
3	1	3	3	3	3	4	3	23
1	1	2	2	1	2	1	2	12
3	2	3	3	3	3	3	3	23
2	2	2	2	1	1	2	2	14
4	1	4	3	3	4	3	4	26
2	2	1	2	2	2	2	2	15
3	1	4	4	4	3	3	3	25
2	1	1	1	2	1	1	1	10
3	1	4	3	3	3	4	3	24
1	2	2	1	2	1	2	1	12
4	2	3	3	4	3	3	3	25
1	1	1	1	1	1	1	1	8
3	2	3	4	3	3	3	3	24
295	287	295	296	286	289	302	288	
2,95	2,87	2,95	2,96	2,86	2,89	3,02	2,88	

Lampiran 3 Hasil Uji SPSS

1. Karakteristik Responden

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-30 tahun	23	23.0	23.0	23.0
31-40 tahun	39	39.0	39.0	62.0
> 40 tahun	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	26	26.0	26.0	26.0
SMP	44	44.0	44.0	70.0
SMA/SMK	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pendapatan per-bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 1 juta	26	26.0	26.0	26.0
Rp 1-2 juta	23	23.0	23.0	49.0
Rp 2-3 juta	21	21.0	21.0	70.0
> Rp 3 juta	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga Produk	100	16.00	32.00	24.6500	4.22684
Kualitas Produk	100	16.00	32.00	25.6100	3.79499
Lokasi dan Fasilitas	100	10.00	32.00	24.8900	4.07975
Keputusan Pembelian	100	8.00	32.00	23.3800	6.18042
Valid N (listwise)	100				

3. Uji Validitas

Variabel X1

		Correlations								
		H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	Total.X1
H1	Pearson Correlation	1	.719**	.530**	.532**	.142	.077	.109	.535**	.741**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.381	.637	.502	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
H2	Pearson Correlation	.719**	1	.364*	.440**	.136	.180	.108	.219	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000		.021	.004	.404	.265	.509	.175	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
H3	Pearson Correlation	.530**	.364*	1	.756**	.265	.094	-.137	.356*	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021		.000	.099	.563	.400	.024	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
H4	Pearson Correlation	.532**	.440**	.756**	1	.259	.102	-.047	.278	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000		.107	.533	.772	.083	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
H5	Pearson Correlation	.142	.136	.265	.259	1	.577**	.394*	.036	.589**
	Sig. (2-tailed)	.381	.404	.099	.107		.000	.012	.826	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
H6	Pearson Correlation	.077	.180	.094	.102	.577**	1	.533**	.036	.547**
	Sig. (2-tailed)	.637	.265	.563	.533	.000		.000	.823	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
H7	Pearson Correlation	.109	.108	-.137	-.047	.394*	.533**	1	.211	.459**
	Sig. (2-tailed)	.502	.509	.400	.772	.012	.000		.190	.003
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
H8	Pearson Correlation	.535**	.219	.356*	.278	.036	.036	.211	1	.541**
	Sig. (2-tailed)	.000	.175	.024	.083	.826	.823	.190		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Total.X1	Pearson Correlation	.741**	.648**	.658**	.673**	.589**	.547**	.459**	.541**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Variabel X2

		Correlations								
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	Total.X2
KP1	Pearson Correlation	1	.859**	.809**	.654**	.282	-.099	.361*	.286	.776**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.078	.543	.022	.074	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP2	Pearson Correlation	.859**	1	.723**	.538**	.212	-.115	.364*	.283	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.189	.479	.021	.076	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP3	Pearson Correlation	.809**	.723**	1	.694**	.048	.072	.279	.293	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.767	.659	.082	.066	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP4	Pearson Correlation	.654**	.538**	.694**	1	.160	.061	.304	.314*	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.324	.708	.057	.048	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP5	Pearson Correlation	.282	.212	.048	.160	1	.317*	.789**	.691**	.626**
	Sig. (2-tailed)	.078	.189	.767	.324		.046	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP6	Pearson Correlation	-.099	-.115	.072	.061	.317*	1	.339*	.487**	.370*
	Sig. (2-tailed)	.543	.479	.659	.708	.046		.032	.001	.019
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP7	Pearson Correlation	.361*	.364*	.279	.304	.789**	.339*	1	.741**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.022	.021	.082	.057	.000	.032		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP8	Pearson Correlation	.286	.283	.293	.314*	.691**	.487**	.741**	1	.743**
	Sig. (2-tailed)	.074	.076	.066	.048	.000	.001	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Total.X2	Pearson Correlation	.776**	.721**	.739**	.699**	.626**	.370*	.755**	.743**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.019	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Variabel X3

		Correlations								
		LF1	LF2	LF3	LF4	LF5	LF6	LF7	LF8	Total.X3
LF1	Pearson Correlation	1	.417**	-.038	.100	.254	-.024	.094	.101	.373*
	Sig. (2-tailed)		.007	.816	.540	.114	.885	.563	.535	.018
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
LF2	Pearson Correlation	.417**	1	.077	-.093	.011	.052	.069	.188	.337*
	Sig. (2-tailed)	.007		.635	.568	.946	.752	.673	.246	.033
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
LF3	Pearson Correlation	-.038	.077	1	.772**	.373*	.625**	.535**	.109	.721**
	Sig. (2-tailed)	.816	.635		.000	.018	.000	.000	.502	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
LF4	Pearson Correlation	.100	-.093	.772**	1	.495**	.486**	.495**	.177	.721**
	Sig. (2-tailed)	.540	.568	.000		.001	.001	.001	.275	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
LF5	Pearson Correlation	.254	.011	.373*	.495**	1	.536**	.676**	-.066	.679**
	Sig. (2-tailed)	.114	.946	.018	.001		.000	.000	.685	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
LF6	Pearson Correlation	-.024	.052	.625**	.486**	.536**	1	.831**	.086	.759**
	Sig. (2-tailed)	.885	.752	.000	.001	.000		.000	.597	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
LF7	Pearson Correlation	.094	.069	.535**	.495**	.676**	.831**	1	.047	.787**
	Sig. (2-tailed)	.563	.673	.000	.001	.000	.000		.772	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
LF8	Pearson Correlation	.101	.188	.109	.177	-.066	.086	.047	1	.388*
	Sig. (2-tailed)	.535	.246	.502	.275	.685	.597	.772		.013
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Total.X3	Pearson Correlation	.373*	.337*	.721**	.721**	.679**	.759**	.787**	.388*	1
	Sig. (2-tailed)	.018	.033	.000	.000	.000	.000	.000	.013	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Variabel Y

		Correlations								
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total.Y
P1	Pearson Correlation	1	.331*	.809**	.858**	.777**	.875**	.810**	.818**	.936**
	Sig. (2-tailed)		.037	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P2	Pearson Correlation	.331*	1	.256	.220	.165	.280	.205	.169	.399*
	Sig. (2-tailed)	.037		.111	.173	.310	.080	.204	.299	.011
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P3	Pearson Correlation	.809**	.256	1	.793**	.759**	.771**	.833**	.823**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.111		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P4	Pearson Correlation	.858**	.220	.793**	1	.768**	.807**	.833**	.858**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.173	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P5	Pearson Correlation	.777**	.165	.759**	.768**	1	.811**	.771**	.721**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.310	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P6	Pearson Correlation	.875**	.280	.771**	.807**	.811**	1	.763**	.808**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.080	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P7	Pearson Correlation	.810**	.205	.833**	.833**	.771**	.763**	1	.813**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.204	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P8	Pearson Correlation	.818**	.169	.823**	.858**	.721**	.808**	.813**	1	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.299	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Total.Y	Pearson Correlation	.936**	.399*	.900**	.913**	.859**	.912**	.896**	.893**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

2. Uji Reliabilitas

Variabel X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.753	8

Variabel X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	8

Variabel X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	8

Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	8

Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

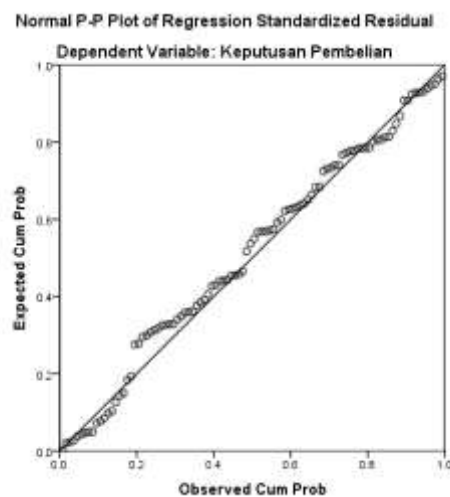
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.08689582
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.043
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.089 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-6.532	4.490	-1.455	.149		
	Harga Produk	.261	.134	1.953	.054	.843	1.186
	Kualitas Produk	.583	.151	3.864	.000	.823	1.215
	Lokasi dan Fasilitas	.344	.134	2.567	.012	.904	1.106

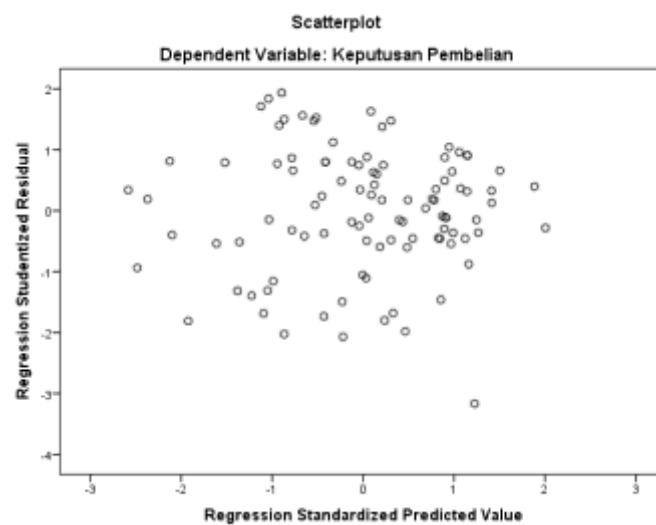
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.354	2.623	3.947	.000
	Harga Produk	-.104	.078	-1.326	.188
	Kualitas Produk	-.088	.088	-.109	.322
	Lokasi dan Fasilitas	-.061	.078	-.081	.438

a. Dependent Variable: Abs_Res



5. Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6.532	4.490		-1.455	.149
Harga Produk	.261	.134	.179	1.953	.054
Kualitas Produk	.583	.151	.358	3.864	.000
Lokasi dan Fasilitas	.344	.134	.227	2.567	.012

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

6. Uji Hipotesis

Uji t Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6.532	4.490		-1.455	.149
Harga Produk	.261	.134	.179	1.953	.054
Kualitas Produk	.583	.151	.358	3.864	.000
Lokasi dan Fasilitas	.344	.134	.227	2.567	.012

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji f Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1219.786	3	406.595	15.237	.000 ^b
	Residual	2561.774	96	26.685		
	Total	3781.560	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi dan Fasilitas, Harga Produk, Kualitas Produk

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.568 ^a	.323	.301	5.16577

a. Predictors: (Constant), Lokasi dan Fasilitas, Harga Produk, Kualitas Produk

Lampiran 4 Hasil Wawancara Pengelola Pasar

NAMA : Pak Harto (arto)
 PENGELOLA : Harto

Apa masalah utama yang saat ini dirasakan di Pasar Lama Cikarang?

Sekarang banyak kios yang mulai sepi, pasaiing juga jadi kuat, gara-gara masalah itu pendapatan jadi turun jadi sepi juga

Adakah perubahan suasana atau pola belanja dalam dua tahun terakhir?

Iya terasa banget, orang datang ke pasar jadi sedikit jadi gak terlalu ramai kaya dulu

Jika dibandingkan satu tahun lalu, rata-rata berapa pengunjung/konsumen ke kios Bapak/Ibu?

Kalau dulu rata-rata bisa 35 sampai 50 orang, sekarang paling 25 atau 30 orang yang datang per penjual, penjual sini laporan kayaknya

Menurut Bapak/Ibu, apa yang menjadi penyebab penurunan pengunjung?

Harga dari pusat naik terus jadi kalah saing sama pasar yang bagus (modern), itu yang penjual bilang kayaknya.

Apakah masalah ini berdampak pada omzet dan stok barang?

Iya terasa, pendapatan jadi turun jadi barang jadi numpuk apalagi penjual sayur mayur jadi busuk.


 Harto

Lampiran 5 R Tabel

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Eka Nur Kamilah, 2015

Pengaruh keterampilan mengajar guru terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran Akuntansi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Lampiran 6 T Tabel

df	0,05	0,025	df	0,05	0,025	df	0,05	0,025	df	0,05	0,025
1	6.314	12.706	53	1.674	2.006	105	1.659	1.983	157	1.655	1.975
2	2.920	4.303	54	1.674	2.005	106	1.659	1.983	158	1.655	1.975
3	2.353	3.182	55	1.673	2.004	107	1.659	1.982	159	1.654	1.975
4	2.132	2.776	56	1.673	2.003	108	1.659	1.982	160	1.654	1.975
5	2.015	2.571	57	1.672	2.002	109	1.659	1.982	161	1.654	1.975
6	1.943	2.447	58	1.672	2.002	110	1.659	1.982	162	1.654	1.975
7	1.895	2.365	59	1.671	2.001	111	1.659	1.982	163	1.654	1.975
8	1.860	2.306	60	1.671	2.000	112	1.659	1.981	164	1.654	1.975
9	1.833	2.262	61	1.670	2.000	113	1.658	1.981	165	1.654	1.974
10	1.812	2.228	62	1.670	1.999	114	1.658	1.981	166	1.654	1.974
11	1.796	2.201	63	1.669	1.998	115	1.658	1.981	167	1.654	1.974
12	1.782	2.179	64	1.669	1.998	116	1.658	1.981	168	1.654	1.974
13	1.771	2.160	65	1.669	1.997	117	1.658	1.980	169	1.654	1.974
14	1.761	2.145	66	1.668	1.997	118	1.658	1.980	170	1.654	1.974
15	1.753	2.131	67	1.668	1.996	119	1.658	1.980	171	1.654	1.974
16	1.746	2.120	68	1.668	1.995	120	1.658	1.980	172	1.654	1.974
17	1.740	2.110	69	1.667	1.995	121	1.658	1.980	173	1.654	1.974
18	1.734	2.101	70	1.667	1.994	122	1.657	1.980	174	1.654	1.974
19	1.729	2.093	71	1.667	1.995	123	1.657	1.979	175	1.654	1.974
20	1.725	2.086	72	1.666	1.993	124	1.657	1.979	176	1.654	1.974
21	1.721	2.080	73	1.666	1.993	125	1.657	1.979	177	1.654	1.973
22	1.717	2.074	74	1.666	1.993	126	1.657	1.979	178	1.653	1.973
23	1.714	2.069	75	1.665	1.992	127	1.657	1.979	179	1.653	1.973
24	1.711	2.064	76	1.665	1.992	128	1.657	1.979	180	1.653	1.973
25	1.708	2.060	77	1.665	1.991	129	1.657	1.979	181	1.653	1.973
26	1.706	2.056	78	1.665	1.991	130	1.657	1.978	182	1.653	1.973
27	1.703	2.052	79	1.664	1.990	131	1.657	1.978	183	1.654	1.973
28	1.701	2.048	80	1.664	1.990	132	1.656	1.978	184	1.653	1.973
29	1.699	2.045	81	1.664	1.990	133	1.656	1.978	185	1.653	1.973
30	1.697	2.042	82	1.664	1.989	134	1.656	1.978	186	1.653	1.973
31	1.696	2.040	83	1.663	1.989	135	1.656	1.978	187	1.653	1.973
32	1.694	2.037	84	1.663	1.989	136	1.656	1.978	188	1.653	1.973
33	1.692	2.035	85	1.663	1.988	137	1.656	1.977	189	1.654	1.973
34	1.691	2.032	86	1.663	1.988	138	1.656	1.977	190	1.653	1.973
35	1.690	2.030	87	1.663	1.988	139	1.656	1.977	191	1.653	1.972
36	1.688	2.028	88	1.662	1.987	140	1.656	1.977	192	1.653	1.972
37	1.687	2.026	89	1.662	1.987	141	1.656	1.977	193	1.653	1.972
38	1.686	2.024	90	1.662	1.987	142	1.656	1.977	194	1.653	1.972
39	1.685	2.023	91	1.662	1.986	143	1.656	1.977	195	1.654	1.972
40	1.684	2.021	92	1.662	1.986	144	1.656	1.977	196	1.653	1.972
41	1.683	2.020	93	1.661	1.986	145	1.655	1.976	197	1.653	1.972
42	1.682	2.018	94	1.661	1.986	146	1.655	1.976	198	1.653	1.972
43	1.681	2.017	95	1.661	1.985	147	1.655	1.976	199	1.653	1.972
44	1.680	2.015	96	1.661	1.985	148	1.655	1.976	200	1.653	1.972
45	1.679	2.014	97	1.661	1.985	149	1.655	1.976			
46	1.679	2.014	98	1.661	1.984	150	1.655	1.976			
47	1.678	2.013	99	1.660	1.984	151	1.655	1.976			
48	1.677	2.012	100	1.660	1.984	152	1.655	1.976			
49	1.677	2.011	101	1.660	1.984	153	1.655	1.976			
50	1.676	2.010	102	1.660	1.983	154	1.655	1.975			
51	1.675	2.008	103	1.660	1.983	155	1.655	1.975			
52	1.675	2.007	104	1.660	1.983	156	1.655	1.975			

Lampiran 7 F Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.26	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.58	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.05	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.04	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.04	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.04	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.04	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.04	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.04	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.04	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.04	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.04	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.04	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.03	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.03	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.03	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.03	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.03	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.03	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.03	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.03	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.03	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.03	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.03	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.03	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.02	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.02	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.02	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.02	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.02	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.02	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.02	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.01	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.01	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.01	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.01	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.01	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.01	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.01	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 8 Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS ISLAM 45 FAKULTAS EKONOMI

Jl. Cut Meutia No. 83 Bekasi 17113
Telp. (021) 88349033, 8801027, 8802015, 8808851 Ext. 130-131 Fax. (021) 8801192

Nomor : 3016/UNISMA.FE/E/S1/2025
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada yth.
Pimpinan PASAR LAMA CIKARANG
JL.YOS INDUSTRI
CIKARANG UTARA KAB.BEKASI JAWA BARAT

Dengan hormat

Dalam rangka menyelesaikan Studi Program Strata Satu (S-1) mahasiswa kami:

Nama : **Devita Indriyani**
NPM : **41183402210039**
Program Studi : **Manajemen S-1**

Maka melalui surat ini kami mohon mahasiswa tersebut di ijin untuk melaksanakan penelitian pada perusahaan /instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Adapun judul penelitian tersebut adalah:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KONSUMEN BERBELANJA DI PASAR LAMA CIKARANG (STUDI KASUS PASAR LAMA CIKARANG)

Atas perhatian dan kerja samanya kami sampaikan terima kasih.

Bekasi, 07 Nopember 2025
Ketua Program Studi

Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M

Lampiran 9 Dokumentasi/Fotografi Penelitian



Lampiran 10 Surat Keputusan Dekan untuk Pembimbing Skripsi



UNIVERSITAS ISLAM 45 FAKULTAS EKONOMI

Jl. Cut Meutia no.83 Bekasi 17113

Telp : (021) 88349033, 8801027, 8802015, 8808851 Ext. 130-131 Fax : (021) 8801192

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI

NOMOR : J.0041/UNISMA.FE/KD/III/2025

TENTANG PENETAPAN PEMBIMBING PENULISAN SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM 45

- Menimbang : 1. Bahwa penyelesaian akhir program mahasiswa jenjang pendidikan Sarjana (S1) untuk Fakultas Ekonomi dilakukan penulisan skripsi;
2. Bahwa untuk kelancaran pelaksanaan penulisan skripsi, maka diperlukan pembimbing penulisan skripsi;
3. Bahwa nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dianggap memenuhi syarat menjadi Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-undang Nornor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.
2. Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi.
3. Statuta UNISMA Bekasi.
4. Keputusan Mendiknas Nomor 184/U/2001 tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pasca Sarjana di Perguruan tinggi.
- Memperhatikan : 1. Pedoman Penyusunan Skripsi dan Tugas Akhir di lingkungan Fakultas Ekonomi Bekasi.
2. Rekomendasi Ketua Program Studi di lingkungan Fakultas Ekonomi.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
Pertama : Mengangkat Saudara **Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M**

Sebagai Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Devita Indriyani

Program Studi : Manajemen

NPM : 41183402210039

Judul Penelitian Skripsi : *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Tradisional Lama Cikarang*

- Kedua : Surat Keputusan ini berlaku sampai dengan **Akhir Semester Ganjil T.A 2025/2026 Tanggal 27 Februari 2026**
- Ketiga : Mahasiswa yang tidak dapat menyelesaikan skripsi sampai dengan batas akhir tanggal tersebut di atas, maka keputusan ini tidak berlaku lagi dan biaya bimbingan dinyatakan habis terpakai.
- Keempat : Mahasiswa yang akan melanjutkan skripsi diharuskan membayar bimbingan sebesar ketentuan yang berlaku.
- Kelima : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini akan diadakan perubahan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan : Bekasi
Tanggal : 11 November 2025

Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.
Dekan

Tembusan :

1. Direktur DAPA UNISMA Bekasi
2. Dosen Pembimbing
3. Arsip

Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi

[illegible]

Lampiran 12 Kartu Seminar Proposal Penelitian

KARTU SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa	:	Dawita Indriyani.
NPM	:	91183902210039
Program Studi/Jurusan	:	Manajemen.
Tahun Akademik	:	
Alamat Rumah	:	Kp. jati baru rt 013 / rw 006 citharang utara.
No. Tlp	:	Rumah : Hp : 0882 - 1404 - 8893.

Telah Melaksanakan Seminar

Ke.	Judul Skripsi	Tanggal Pelaksanaan	Tanda Tangan Moderator
1.	Prediksi Total Inventory cost bahan baku melalui pendekatan material Requirement Planning pada PT Putera mandiri Telnih.	9 mai 2025.	
2.	Pengaruh knowledge sharing, lingkungan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Salupanca Jaya mandiri.	9 mai 2025.	
3.	Pengaruh Labeling, Brand image, dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen pada produk serum wajah The origine di kabupaten Bekasi.	9 mai 2025.	
4.	Pengaruh kualitas pelayanan, Harga dan Kualitas produk terhadap customer Satisfaction pada produk Tisona seduh Bekasi.	9 mai 2025.	
5.	Pengaruh online customer Review dan Kemudahan pengguna terhadap Kepuasan Konsumen Gen Z pada pengguna E-wallet DANA.	9 mai 2025.	
6.	Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan pada coffe shop kopi kawa	9 mai 2025.	

Ke.	Judul Skripsi	Tanggal Pelaksanaan	Tanda Tangan Moderator
7.	Pengaruh Elektronik word of mouth, kualitas produk dan harga terhadap minat beli lipstik maybelline di shoppe	9 mai 2025	
8.	Pengaruh Brand Trust dan review produk dan harga terhadap pada akun tiktok @DokterDokter Terhadap Keputusan pembelian skincare overclaim.	9 mai 2025	
9.	Pengaruh gaya kepemimpinan situasional dan budaya organisasi terhadap kepuasan kerja pegawai pada badan kesatuan tenaga dan politik kota Bekasi.	9 mai 2025	
10.	Pengaruh Perceived organizational support dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Putra Jaya Jaya Mandiri.	9 mai 2025	
11.	Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan pelanggan pada restoran ayam kremes siska ria cikarang.	9 mai 2025.	
12.			
13.			
14.			
15.			
16.			

Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP PENELITIAN

Nama : Devita Indriyani
 Jenis kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Kewarganegaraan : Indonesia
 E – mail : devitaindriyani@gmail.com
 No Hp : 0881 – 5920 - 115

Pendidikan Formal

1. 2008 – 2014 : SDN Pasir Gombang 05
2. 2014 – 2017 : SMP Negeri 5 Cikarang Utara
3. 2017 – 2020 : SMK Islam Al-Amin Cikarang Utara
4. 2020 – 2024 : Universitas Islam “45” Bekasi

Fakultas Ekonomi – Strata 1 Jurusan Manajemen

Lampiran 14 Hasil Cek Plagiarisme

devi

ORIGINALITY REPORT

33%	29%	20%	16%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	3%
2	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
3	repo.darmajaya.ac.id Internet Source	1%
4	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	1%
6	arpusda.semarangkota.go.id Internet Source	<1%
7	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1%
8	jurnal.uinsu.ac.id Internet Source	<1%
9	Submitted to UPN Veteran Yogyakarta Student Paper	<1%
10	Erna Nur Ifah, Rachmat Ramadhani. "Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Tradisional", Jurnal Minfo Polgan, 2024 Publication	<1%
11	repository.ub.ac.id Internet Source	<1%