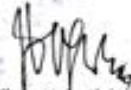


LAMPIRAN-LAMPIRAN

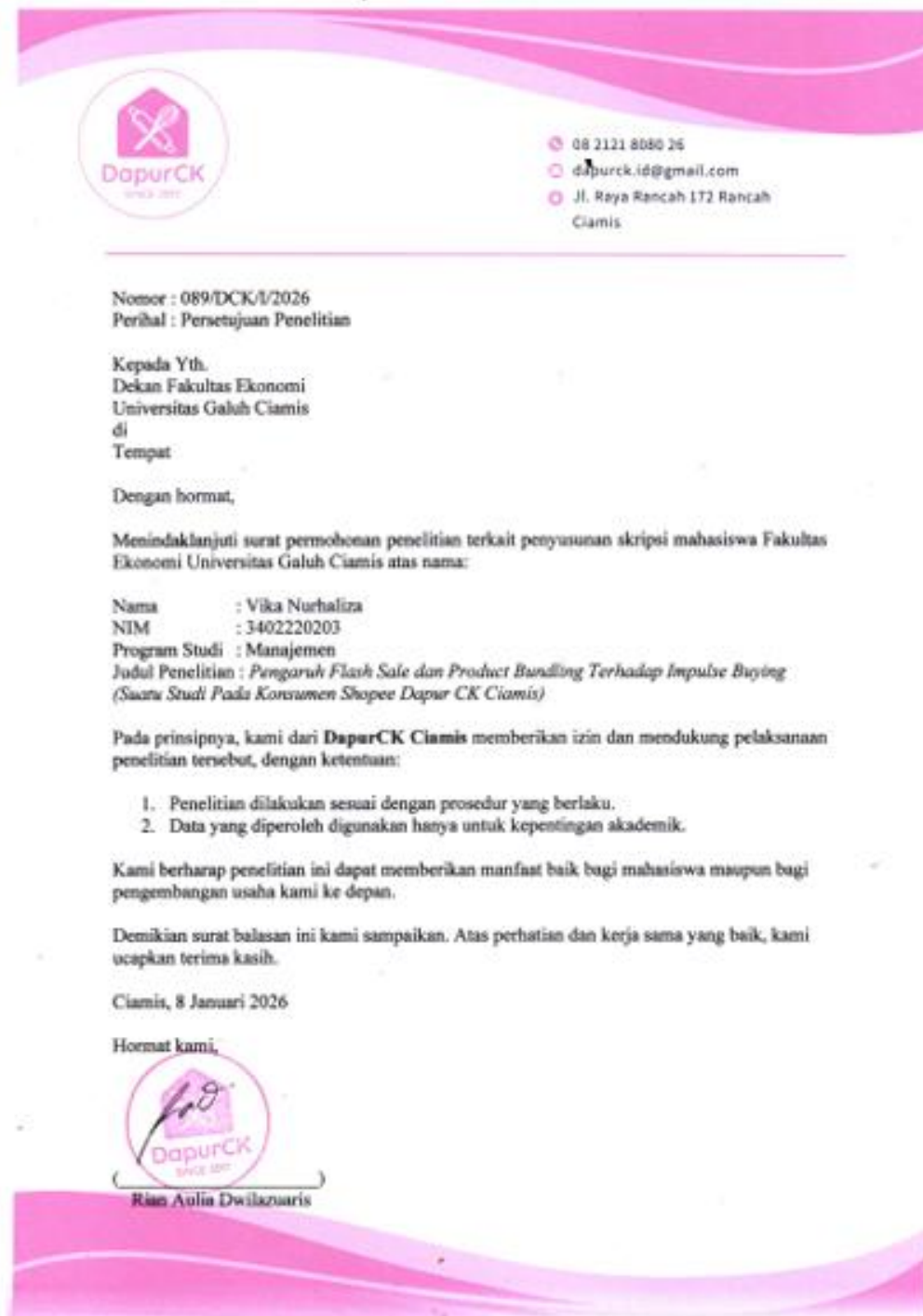
Lampiran 1 Surat Tugas Pembimbing Skripsi

	
UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI	
PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020 PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020 Jl. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251	
SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI Nomor : 2565/34/ST/AK/D/X/2025	
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis dengan ini memberi tugas membimbing skripsi kepada :	
Nama :	Dr. Nana Darna, S.E., M.M. sebagai Pembimbing I
Nama :	Hj. Nina Herlina, Ir., M.M. sebagai Pembimbing II
Dalam penulisan/penyusunan skripsi mahasiswa untuk dan atas :	
Nama :	VIKA NURHALIZA
NIM :	3402220203
Program Studi :	Manajemen
Judul Skripsi :	PENGARUH FLASH SALE DAN PRODUCT BUNDLING TERHADAP IMPULSE BUYING MELALUI FITUR LIVE SHOPPING DI TIKTOK SHOP
Surat tugas ini berlaku sampai dengan skripsi selesai paling lambat 1 (satu) tahun setelah penetapan surat tugas ini.	
Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.	
Ciamis, 27 Oktober 2025 Dekan,  Dr. Nurdiana Muhyatini, S.E., M.M., A1 NIK. 3112770079	
Tembusan : • Yth. Ketua Program Studi yang bersangkutan • Yth. Mahasiswa yang bersangkutan	

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian

 UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/UK/2020 PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/BAN-PT/Akred/S/VIH/2020 Jl. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251	
Nomor	: 018/34/SP/AK/D/I/2026
Lampiran	: -
Perihal	: Ijin Penelitian Skripsi
Kepada Yth. Dapur CK Ciamis di Tempat	
Dengan Hormat, Berdasarkan Program Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis, dalam rangka menyelesaikan studi mahasiswa diwajibkan untuk menyusun skripsi. Untuk keperluan tersebut kiranya Bapak/Ibu dapat membantu mahasiswa kami dalam melakukan penelitian dan pengumpulan data. Adapun mahasiswa yang dimaksud adalah:	
Nama	: Vika Nurhaliza
Nomor Pokok / NIM	: 3402220203
Asal Program Studi	: Manajemen
Tempat Tanggal Lahir	: Banjar, 05 Juli 2004
Telepon / HP	: 087825778237
Alamat	: Link. Jelat RT. 03 RW. 03 Kecamatan Pataruman Kota Banjar
Lamanya Penelitian	: 3 Bulan
Judul Penelitian	: Pengaruh Flash Sale dan Product Bundling Terhadap Impulse Buying (Suatu Studi Pada Konsumen Dapur CK Ciamis)
Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.	
Ciamis, 06 Januari 2026 a.n Dekan, Wakil Dekan I   Elin Nurhina, S.Pd., M.M. NIK. 3112770081	

Lampiran 3 Surat Balasan Izin Penelitian



Lampiran 4 Surat Perpanjangan Penelitian

	UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 6270/SK/DAN-PT/Akred/S/UK/2020 PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/DAN-PT/Akred/S/VIH/2020 Jl. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778174 Ciamis 46251
Nomor	: 345/34/SP/AK/D/IV/2026
Lampiran	: -
Perihal	: Perpanjangan Ijin Penelitian Skripsi
Kepada Yth.	
Dapur CK Ciamis	
di	
Tempat	
Dengan Hormat, Berdasarkan Program Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis, dalam rangka menyelesaikan studi mahasiswa diwajibkan untuk menyusun skripsi. untuk keperluan tersebut kiranya Bapak/Ibu dapat membantu mahasiswa kami dalam melakukan penelitian dan pengumpulan data. Adapun mahasiswa yang dimaksud adalah:	
Nama	: Vika Nurhaliza
Nomor Pokok / NIM	: 3402220203
Asal Program Studi	: Manajemen
Tempat Tanggal Lahir	: Banjar, 05 Juli 2004
Telepon / HP	: 087825778237
Alamat	: Linc. Jelat RT. 03 RW. 03 Kecamatan Pataruman Kota Banjar
Lamanya Penelitian	: 3 Bulan
Judul Penelitian	: Pengaruh Flash Sale dan Product Bundling Terhadap Impulse Buying (Suatu Studi Pada Konsumen Dapur CK Ciamis)
Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.	
Ciamis, 08 April 2026 a.n Dekan, Widyadekan	
  Elin Herling S. Pd., M.M. NIK 312770081	

Lampiran 5 Surat Balasan Perpanjangan Penelitian



Lampiran 6 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH *FLASH SALE* DAN *PRODUCT BUNDLING* TERHADAP
IMPULSE BUYING
(Suatu Studi Pada Konsumen Shopee Dapur CK Ciamis)

Kepada Yth,
Responden Penelitian

Assalamualaikum wr.wb

Saya Vika Nurhaliza Mahasiswa Program Studi Manajemen di Universitas Galuh sedang melakukan penelitian tugas akhir (Skripsi) dengan judul “Pengaruh *Flash Sale* dan *Product Bundling* Terhadap *Impulse Buying* (Suatu Studi Pada Konsumen Shopee Dapur CK Ciamis)”. Salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan metode angket. Dengan ini saya memohon ketersediaan dari Saudara/i untuk meluangkan waktunya guna mengisi kuisisioner ini.

Atas ketersediannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. wb

Hormat Saya

Vika Nurhaliza

I. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Bacalah Pernyataan-Pernyataan dengan seksama

1. Isi identitas sesuai dengan kolom yang tersedia
2. Pernyataan-Pernyataan dibawah ini berkaitan dengan *flash sale* dan *product bundling* terhadap *impulse buying*
3. Anda dipersilahkan menjawab dan memberi tanda ceklis (✓) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

II. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin:

☐ Laki-laki ☐ Perempuan

2. Usia:

☐ < 20 tahun ☐ 20 – 30 tahun ☐ 31 – 40 tahun ☐ 41 – 50 tahun

☐ > 50 tahun

3. Pendidikan Terakhir:

☐ SD ☐ SMP/Sederajat ☐ SMA/SMK/Sederajat ☐ D1/D2/D3 ☐ D4/S1

☐ S2 ☐ S3

4. Pekerjaan:

☐ Pegawai Negeri Sipil Swasta ☐ Wiraswasta ☐ Mahasiswa/Pelajar

☐ Ibu Rumah Tangga ☐ Lainnya:

5. Domisili:

☐ Kota Banjar ☐ Kabupaten Ciamis ☐ Tasikmalaya ☐ Bandung

☐ Lainnya:

PETUNJUK PENGISIAN :

Kuesioner diisi oleh konsumen Shopee Dapur CK Ciamis untuk menjawab seluruh pernyataan yang telah disediakan. Pada data responden salahudara/i dipersilahkan untuk mengisi data dengan memberi tanda (✓) pada salah satu jawaban yang paling setuju. Adapun pendapat yang saudara/i berikan mempunyai skor atau nilai sebagai berikut :

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

KUESIONER PENELITIAN**Pernyataan untuk variabel X₁ (*Flash Sale*)**

Pernyataan tentang Variabel H1 (<i>Flash Sale</i>)						
NO	Pernyataan <i>Flash Sale</i>	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Discount (Potongan Harga)						
1	Besaran potongan harga yang diberikan dalam <i>Flash Sale</i> Shopee Dapur CK memberikan nilai ekonomis yang tinggi bagi saya					
2	Harga produk Dapur CK saat <i>Flash Sale</i> lebih terjangkau dibandingkan dengan harga normal di toko lain					
3	Saya merasa besaran diskon yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi saya terhadap promosi <i>Flash Sale</i>					
Frequency (Frekuensi)						
4	Intensitas <i>Flash Sale</i> Shopee Dapur CK berada ditingkat ideal sehingga menarik untuk dinantikan					

NO	Pernyataan <i>Flash Sale</i>	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
5	Dapur CK cukup sering mengadakan <i>Flash Sale</i> sehingga memberikan banyak kesempatan bagi saya untuk berbelanja hemat					
6	Penjadwalan <i>Flash Sale</i> yang rutin dilakukan membuat saya selalu memantau toko Shopee Dapur CK					
Duration (Durasi)						
7	Durasi <i>Flash Sale</i> Shopee Dapur CK membuat saya merasa harus cepat melakukan pembelian					
8	Waktu yang diberikan selama masa <i>Flash Sale</i> cukup untuk saya menyelesaikan proses transaksi					
9	Batasan waktu yang singkat dalam <i>Flash Sale</i> mendorong saya untuk segera mendapatkan produk Dapur CK					
Available (Ketersediaan)						
10	Produk yang tersedia selama <i>Flash Sale</i> Shopee Dapur CK terasa sangat terbatas sehingga meningkatkan nilai eksklusif produk					
11	Stok produk yang ditawarkan saat <i>Flash Sale</i> cepat habis, menunjukkan tingginya minat konsumen lain					
12	Variasi produk yang termasuk dalam <i>Flash Sale</i> Dapur CK meliputi produk yang saya perlukan					

NO	Pernyataan <i>Flash Sale</i>	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<i>Attractive Flash Sale Promo (Daya Tarik Promosi)</i>						
13	Informasi dan desain <i>Flash Sale</i> Shopee Dapur CK menarik dan mudah dipahami oleh saya					
14	Iklan atau notifikasi mengenai <i>Flash Sale</i> Dapur CK di Shopee berhasil menarik perhatian saya untuk berkunjung ke toko					
15	Secara keseluruhan, konsep promosi <i>Flash Sale</i> yang dijalankan Dapur CK sangat menarik dibandingkan promo lainnya					

Pernyataan untuk variabel X₂ (*Product Bundling*)

Pernyataan untuk Variabel H ₂ (1 Paket Bundling)						
NO	Pernyataan <i>Product Bundling</i>	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<i>Appropriateness (Ketepatan)</i>						
1	Jenis produk dalam paket <i>bundling</i> di Shopee Dapur CK saling melengkapi sebagai cemilan keluarga					
2	Pilihan variasi rasa yang berbeda dalam satu paket <i>bundling</i> sangat sesuai dengan keinginan saya untuk mencoba berbagai rasa sekaligus					
3	Penggabungan produk sejenis (contoh: paket isi 2) menurut saya adalah kombinasi yang sangat pas					

NO	Pernyataan <i>Product Bundling</i>	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Pricing (Harga)						
4	Saya merasa harga paket <i>bundling</i> di Shopee Dapur CK lebih terjangkau dibandingkan membeli satuan					
5	Potongan harga yang diberikan Dapur CK untuk paket <i>bundling</i> produk camilan ini sangat berarti bagi saya					
6	Harga paket <i>bundling</i> sangat sebanding dengan kuantitas camilan yang saya terima					
Attractiveness (Kemenarikan)						
7	Kombinasi dalam paket <i>bundling</i> di Shopee Dapur CK secara visual sangat menarik bagi saya					
8	Paket <i>bundling</i> ini membuat saya lebih tertarik mencoba varian rasa baru yang belum pernah saya beli sebelumnya					
9	Penawaran paket <i>bundling</i> di Dapur CK terlihat lebih istimewa dibandingkan tawaran di toko camilan lain					
Display/Presentation (Tampilan)						
10	Visual paket <i>bundling</i> di Shopee Dapur CK memperjelas perbedaan setiap item yang didapat					

NO	Pernyataan <i>Product Bundling</i>	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
11	Deskripsi produk memberikan informasi yang jelas mengenai perbedaan komposisi atau rasa antar item dalam paket <i>bundling</i>					
12	Tampilan visual paket <i>bundling</i> memudahkan saya untuk membedakan antara paket isi produk sejenis dan produk dengan isi rasa yang berbeda					

Pernyataan untuk variabel Y (*Impulse Buying*)

Skala Likert untuk Variabel X (<i>Impulse Buying</i>)						
NO	Pernyataan <i>Impulse Buying</i>	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<i>Spontaneity (Spontanitas)</i>						
1	Saya sering kali melakukan pembelian tidak terencana pada saat berbelanja di Shopee Dapur CK					
2	Saya cenderung membeli produk secara <i>impulsif</i> ketika saya melihat penawaran <i>product bundling</i> di Shopee Dapur CK					
3	Promosi dadakan (<i>flash sale</i> , diskon terbatas) mendorong saya membeli tanpa perencanaan					

NO	Pernyataan <i>Impulse Buying</i>	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<i>Power, compulsion, and intensity (Kekuatan, kompulsif, dan intensitas)</i>						
4	Saya merasa memiliki dorongan yang kuat untuk segera membeli produk di Shopee Dapur CK begitu melihatnya tanpa berpikir panjang					
5	Saya merasa perlu untuk segera membeli produk yang saya inginkan, meskipun tidak benar-benar membutuhkan					
6	Saya merasa tidak bisa menahan diri untuk tidak berbelanja saat melihat <i>Flash Sale</i> atau <i>Product Bundling</i> di shopee Dapur CK					
<i>Excitement and simulation (Kegairahan dan stimulasi)</i>						
7	Produk yang ada dalam Shopee Dapur CK membuat saya ingin membeli secara spontan					
8	Membeli barang tanpa rencana pada Saat <i>Flash Sale</i> atau <i>Product Bundling</i> memberi saya perasaan yang sangat menyenangkan					
9	Saya merasa bersemangat berbelanja setiap kali ada event promosi besar seperti tanggal kembar dan gajian sale di Shopee Dapur CK					

NO	Pernyataan <i>Impulse Buying</i>	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<i>Disregard for consequences (Ketidakpedulian akan akibat)</i>						
10	Saya cenderung mengabaikan konsekuensi negatif seperti pengeluaran diluar rencana karena keinginan untuk segera membeli produk pada saat berbelanja di Shopee Dapur CK					
11	Keinginan untuk membeli sesuatu seringkali membuat saya mengabaikan akibat buruk yang akan timbul setelahnya					
12	Saya tetap membeli produk promosi meskipun tidak terlalu membutuhkannya					

Lampiran 7 Data Penjualan Produk Dapur CK Ciamis di Shopee (Januari-Desember 2025)

NO	Bulan	Jumlah Pesanan	Total Penjualan	Total Diskon & Biaya	Pendapatan Bersih
1	Januari	309	Rp25.463.000	Rp4.410.619	Rp21.052.381
2	Februari	336	Rp22.453.000	Rp2.330.673	Rp20.122.327
3	Maret	1128	Rp95.069.000	Rp1.068.945	Rp94.000.055
4	April	513	Rp42.494.000	Rp4.381.607	Rp38.112.393
5	Mei	401	Rp27.506.000	Rp3.142.023	Rp24.363.977
6	Juni	343	Rp23.758.500	Rp3.340.896	Rp20.417.604
7	Juli	305	Rp20.737.200	Rp3.046.516	Rp17.690.684
8	Agustus	281	Rp19.673.200	Rp3.496.516	Rp16.176.684
9	September	243	Rp18.615.000	Rp3.215.836	Rp15.399.164
10	Oktober	322	Rp25.519.500	Rp4.532.911	Rp20.986.589
11	November	257	Rp21.675.400	Rp4.628.064	Rp17.047.336
12	Desember	351	Rp32.239.300	Rp6.590.291	Rp25.649.009
Total		4789	Rp375.203.100	Rp44.184.897	Rp331.018.203

Lampiran 8 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Variabel X₁, X₂, dan Y

HASIL PENELITIAN RESPONDEN MENGENAI X₁

Res	Rekapitulasi <i>Flash Sale</i> (X ₁)															Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
2	5	4	3	3	3	5	3	3	4	3	3	3	3	3	4	52
3	3	5	3	3	3	3	5	3	4	3	3	5	5	4	3	55
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	47
5	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	49
6	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
7	3	3	3	3	3	5	5	4	5	5	3	4	5	4	3	58
8	3	4	5	3	3	3	3	5	3	3	3	4	3	4	3	52
9	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	43
10	3	3	5	4	3	3	3	5	5	3	4	3	5	3	3	55
11	3	3	5	5	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	5	54
12	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	47
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
14	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	48
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
16	4	3	3	5	3	3	5	3	4	3	3	5	3	3	4	54
17	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	50
18	4	3	3	3	3	3	5	3	4	5	3	4	5	3	4	55
19	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	42
20	3	4	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	4	51
21	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	43
22	3	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	5	3	4	3	52
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	44
24	4	3	3	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	5	3	54
25	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	5	3	3	3	3	49
26	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	48
27	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	5	5	51
28	3	3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	49
29	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	49
30	3	5	3	3	4	3	4	5	3	4	3	3	3	3	3	52
31	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
32	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	43
33	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	41
34	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4	5	3	3	3	5	53
35	5	5	3	3	3	4	3	5	3	3	3	4	4	3	3	54
36	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	50
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	42
38	3	3	3	4	4	3	3	5	3	3	5	5	3	4	3	54
39	5	3	3	3	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	52
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
41	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	42
42	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5	3	3	49

Res	Rekapitulasi <i>Flash Sale</i> (X ₁)															Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
43	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	5	5	3	51
44	5	3	4	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	3	52
45	5	3	5	3	3	5	3	3	4	5	3	4	3	3	3	55
46	3	3	3	3	3	5	4	3	5	5	4	3	4	3	3	54
47	3	3	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	48
48	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	47
49	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	42
50	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	43
51	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	42
52	3	3	5	5	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	52
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	44
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	44
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	47
57	3	5	3	3	3	3	3	5	4	5	3	3	3	3	5	54
58	3	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	3	55
59	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	5	5	4	5	55
60	3	5	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	5	3	53
61	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
62	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	49
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	46
64	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	44
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	43
66	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	5	3	3	3	4	52
67	3	3	3	3	3	3	5	3	5	4	4	3	3	3	3	51
68	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	47
69	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	5	3	51
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
71	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	47
73	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	42
74	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
75	5	3	3	5	5	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	55
76	3	3	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	5	4	54
77	3	5	5	3	3	3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	55
78	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	3	48
79	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	41
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	44
81	5	3	5	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	52
82	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	48
83	5	3	5	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	54
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
85	3	3	3	5	3	4	3	3	3	3	3	5	3	3	4	51
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
87	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	5	52
88	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	5	3	3	3	51

Res	Rekapitulasi <i>Flash Sale</i> (X ₁)															Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
89	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	42
90	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	41
91	4	3	5	3	3	4	3	3	3	5	3	5	3	5	3	55
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	48
93	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	49
94	3	5	5	3	3	3	4	3	3	3	5	3	3	3	3	52
95	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	48
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
97	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	48
98	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	51
Total	320	319	318	319	319	323	328	323	331	335	326	330	326	339	330	4766

HASIL PENELITIAN RESPONDEN MENGENAI X₂

Res	Reapitulasi <i>Product Bundling</i> (X ₂)												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	3	4	4	4	5	3	4	3	3	3	5	4	45
2	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	54
3	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	56
4	4	3	3	4	3	5	5	4	4	5	4	3	47
5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	3	3	5	49
6	5	3	4	5	4	3	4	3	3	4	4	5	47
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	57
8	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
12	4	5	4	4	5	3	3	3	5	4	3	4	47
13	3	3	5	4	3	5	3	4	3	3	3	3	42
14	4	3	4	3	3	5	3	3	3	4	4	5	44
15	3	3	5	4	4	5	3	4	4	3	3	3	44
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
17	3	5	4	5	4	4	3	5	5	4	4	3	49
18	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	56
19	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
20	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	5	56
21	5	3	3	3	3	4	3	5	3	4	3	3	42
22	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	57
23	5	3	3	3	3	5	3	3	4	4	3	4	43
24	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	56
25	5	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	5	47
26	3	5	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	48
27	5	4	5	4	5	5	5	3	4	4	3	5	52
28	4	3	4	5	3	5	5	5	3	5	4	4	50
29	5	3	5	4	3	4	4	4	4	3	4	5	48
30	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5	56
31	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	3	3	46

[illegible]

Res	Reapitulasi <i>Product Bundling</i> (X ₂)												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
78	5	5	4	3	4	3	5	4	5	4	3	4	49
79	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
80	3	3	4	5	3	3	3	3	4	3	3	3	40
81	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	3	54
82	4	5	4	3	5	5	3	3	4	4	3	4	47
83	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59
84	3	3	3	4	5	3	3	3	3	4	3	5	42
85	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	56
86	3	5	3	3	4	3	3	3	5	4	4	3	43
87	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	56
88	5	5	3	4	4	5	3	5	5	4	4	4	51
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
91	3	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	5	43
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
93	3	4	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	45
94	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	56
95	4	5	3	5	5	4	4	3	4	3	3	4	47
96	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
97	3	4	5	4	3	4	4	5	3	5	3	4	47
98	5	4	3	5	5	4	5	3	4	5	3	4	50
Total	398	398	394	405	405	408	408	400	404	407	397	407	4753

HASIL PENELITIAN RESPONDEN MENGENAI Y

Res	Reapitulasi <i>Impulse Buying</i> (Y)												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	5	3	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	47
2	4	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	55
3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
4	3	5	4	4	3	4	3	4	5	3	5	3	46
5	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	3	48
6	3	4	4	5	4	4	3	3	5	4	3	3	45
7	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	57
8	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	56
9	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	38
10	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
11	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	56
12	4	3	4	5	4	4	3	3	5	5	3	3	46
13	3	4	3	4	3	5	3	4	3	5	3	3	43
14	4	3	3	4	3	5	4	4	3	3	5	4	45
15	3	3	5	3	3	4	4	3	4	5	4	3	44
16	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	59
17	5	5	3	5	3	4	5	5	4	3	4	4	50
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	57
19	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	5	3	40

Res	Reapitulasi <i>Impulse Buying</i> (Y)												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
20	5	5	5	4	5	4	3	3	5	5	5	5	54
21	4	5	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	42
22	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	55
23	3	3	5	4	4	5	4	4	3	3	3	3	44
24	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	55
25	5	4	3	5	4	4	4	4	3	3	5	4	48
26	4	3	4	5	5	3	3	4	4	5	3	4	47
27	4	4	4	5	4	5	3	5	5	4	3	5	51
28	4	4	5	3	4	5	3	4	3	4	4	5	48
29	4	4	4	5	5	4	3	5	4	3	3	4	48
30	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	55
31	4	5	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	45
32	5	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	4	42
33	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
34	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	56
35	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	56
36	5	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	5	48
37	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	40
38	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
39	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	56
40	3	3	5	3	3	4	3	3	5	4	3	3	42
41	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	3	3	39
42	4	4	5	5	4	3	4	4	3	5	5	5	51
43	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	3	52
44	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	55
45	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
46	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	57
47	3	4	4	5	5	3	4	4	5	3	4	3	47
48	4	3	5	3	3	5	4	3	3	4	4	4	45
49	4	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	39
50	3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	5	3	42
51	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	3	3	39
52	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	4	54
53	3	3	4	5	4	3	3	3	3	4	3	3	41
54	3	3	3	4	4	3	5	3	3	5	3	3	42
55	4	3	3	3	3	3	4	5	3	3	3	4	41
56	4	4	4	4	3	3	5	4	5	3	3	3	45
57	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	57
58	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	58
59	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
60	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	55
61	3	3	4	4	4	5	4	3	5	3	4	3	45

Res	Reapitulasi <i>Impulse Buying</i> (Y)												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
62	5	4	4	3	5	5	4	3	4	3	3	4	47
63	3	3	3	3	4	5	3	4	4	4	5	3	44
64	3	5	4	3	4	3	3	3	3	4	3	5	43
65	4	5	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	42
66	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	4	55
67	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	53
68	3	3	5	3	4	4	3	5	5	4	3	4	46
69	5	4	5	4	5	3	4	5	3	3	4	5	50
70	3	5	3	3	4	4	5	3	3	4	3	3	43
71	3	3	4	5	5	4	3	5	4	4	3	3	46
72	3	3	4	3	4	3	5	4	4	4	3	5	45
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	39
74	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	5	42
75	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
76	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	57
77	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	58
78	5	4	3	3	3	5	4	4	5	4	3	4	47
79	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
80	3	3	4	3	5	3	3	3	5	3	3	4	42
81	5	5	4	5	5	5	3	5	4	4	5	3	53
82	3	5	5	4	5	3	3	4	4	3	3	4	46
83	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	57
84	3	4	4	3	3	4	3	3	5	3	3	5	43
85	5	5	4	5	5	4	3	4	5	3	5	5	53
86	4	3	4	3	4	4	5	3	3	3	5	3	44
87	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	55
88	5	5	5	4	5	3	3	5	4	3	4	4	50
89	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	38
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	37
91	4	5	3	3	4	4	4	3	5	4	4	5	48
92	4	3	3	4	3	3	5	3	3	3	3	4	41
93	3	4	3	5	4	3	3	4	4	5	5	3	46
94	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	55
95	4	3	5	3	4	3	3	5	4	3	4	5	46
96	3	3	3	3	3	5	4	3	4	3	3	3	40
97	4	4	3	4	5	4	5	3	5	4	3	3	47
98	4	5	5	5	4	3	4	3	4	3	4	5	49
Total	397	391	411	399	411	405	395	395	415	404	397	399	4741

Lampiran 9 Hasil Perhitungan Korelasi Dan Regresi Menggunakan SPSS

Pengaruh *Flash Sale* X₁ Terhadap *Impulse Buying* Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.958 ^a	.917	.916	1.889	1.469

a. Predictors: (Constant), Flash Sale

b. Dependent Variable: Impulse Buying

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3780.573	1	3780.573	1059.794	<.001 ^b
	Residual	342.458	96	3.567		
	Total	4123.031	97			

a. Dependent Variable: Impulse Buying

b. Predictors: (Constant), Flash Sale

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-20.831	2.134		-9.759	<.001		
	Flash Sale	1.423	.044	.958	32.554	<.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Impulse Buying

Pengaruh *Product Bundling* X₂ Terhadap *Impulse Buying* Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.985 ^a	.971	.970	1.122	1.644

a. Predictors: (Constant), Product Bundling

b. Dependent Variable: Impulse Buying

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4002.231	1	4002.231	3180.580	<.001 ^b
	Residual	120.800	96	1.258		
	Total	4123.031	97			

a. Dependent Variable: Impulse Buying

b. Predictors: (Constant), Product Bundling

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.782	.729		10.679	<.001		
	Product Bundling	.837	.015	.985	56.397	<.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Impulse Buying

**Pengaruh *Flash Sale* X₁ dan *Product Bundling* X₂ Terhadap
Impulse Buying Y**

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.992 ^a	.984	.984	.834	1.557

a. Predictors: (Constant), Product Bundling, Flash Sale

b. Dependent Variable: Impulse Buying

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4056.981	2	2028.491	2917.621	<.001 ^b
	Residual	66.049	95	.695		
	Total	4123.031	97			

a. Dependent Variable: Impulse Buying

b. Predictors: (Constant), Product Bundling, Flash Sale

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.773	1.307		-2.122	.036		
	Flash Sale	.461	.052	.310	8.874	<.001	.138	7.250
	Product Bundling	.592	.030	.697	19.939	<.001	.138	7.250

a. Dependent Variable: Impulse Buying

Lampiran 10 Uji Validitas dan Reabilitas Variabel X1, X2, dan Y

HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS MENGENAI X₁

		Correlations																
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	TOTAL	
P01	Pearson Correlation	1	.113	.257	.095	.022	.123	.016	-.180	-.050	-.089	-.285	-.085	-.229	-.257	-.249	.447	
	Sig. (2-tailed)		.99	.99	.99	.99	.99	.99	.99	.99	.99	.99	.99	.99	.99	.99	<.001	
	N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
P02	Pearson Correlation	.113	1	.172	-.051	.003	-.083	.088	.141	-.087	-.087	-.039	-.132	-.046	-.087	-.162	.383	
	Sig. (2-tailed)			.264	.889	.816	.977	.533	.384	.164	.393	.390	.782	.193	.648	.513	.110	
	N			99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
P03	Pearson Correlation	.257	.172	1	.181	-.068	.136	.127	.170	.119	.073	.144	.065	.060	.058	.022	.498	
	Sig. (2-tailed)				.910	.889	.872	.517	.181	.212	.893	.242	.475	.155	.524	.556	.927	
	N				99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
P04	Pearson Correlation	.095	-.051	.181	1	.060	.005	.252	.143	.089	.043	.127	.264	.136	.140	.252	.322	
	Sig. (2-tailed)					.954	.958	.012	.142	.379	.671	.210	.008	.179	.165	.012	.001	
	N					99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
P05	Pearson Correlation	.022	.003	-.068	.060	1	.102	.398	.190	.190	.196	.379	.398	.221	.417	.379	.284	
	Sig. (2-tailed)						.831	.977	.517	.554	.317	.003	.080	.052	<.001	.002	.028	
	N						99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
P06	Pearson Correlation	.123	-.083	.136	.005	.102	1	.366	.247	.409	.487	.381	.395	.486	.445	.414	.465	
	Sig. (2-tailed)							.008	.014	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N							99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
P07	Pearson Correlation	.016	.088	.127	.252	.299	.266	1	.309	.487	.473	.415	.507	.521	.513	.445	.495	
	Sig. (2-tailed)								.879	.384	.212	.012	.003	.008	.002	<.001	<.001	
	N								99	99	99	99	99	99	99	99	99	
P08	Pearson Correlation	-.180	-.050	.127	.149	.190	.247	.309	1	.487	.441	.542	.522	.570	.504	.568	.450	
	Sig. (2-tailed)									.814	.883	.142	.060	.014	.002	<.001	<.001	
	N									99	99	99	99	99	99	99	99	
P09	Pearson Correlation	-.050	-.087	.119	.088	.190	.409	.487	.487	1	.632	.611	.629	.664	.536	.697	.487	
	Sig. (2-tailed)										.623	.393	.242	.379	.060	<.001	<.001	
	N										99	99	99	99	99	99	99	
P10	Pearson Correlation	-.089	-.087	.073	.083	.188	.487	.473	.441	.632	1	.519	.507	.608	.664	.666	.500	
	Sig. (2-tailed)											.329	.390	.475	.671	.652	<.001	
	N											99	99	99	99	99	99	
P11	Pearson Correlation	-.285	-.039	.144	.127	.329	.381	.415	.547	.801	.579	1	.811	.669	.667	.736	.395	
	Sig. (2-tailed)												.004	.702	.155	.210	<.001	
	N												99	99	99	99	99	
P12	Pearson Correlation	-.085	-.132	.065	.264	.368	.394	.597	.529	.597	.611	.629	1	.711	.687	.725	.447	
	Sig. (2-tailed)													.001	.001	.001	<.001	
	N													99	99	99	99	
P13	Pearson Correlation	-.229	-.046	.058	.136	.212	.486	.513	.507	.586	.664	.669	.716	1	.714	.747	.474	
	Sig. (2-tailed)														.001	.001	<.001	
	N														99	99	99	
P14	Pearson Correlation	-.357	-.087	.058	.140	.417	.445	.513	.507	.586	.664	.669	.716	.714	1	.747	.474	
	Sig. (2-tailed)															.001	<.001	
	N															99	99	
P15	Pearson Correlation	-.149	-.143	.022	.252	.328	.414	.445	.597	.608	.664	.669	.717	.707	.709	1	.497	
	Sig. (2-tailed)																.001	
	N																99	
TOTAL	Pearson Correlation	.447	.383	.498	.322	.284	.465	.487	.487	.500	.500	.500	.500	.500	.500	.500	1	
	Sig. (2-tailed)																	
	N																	

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	15

HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS MENGENAI X₂

		Correlations													
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	TOTAL	
P01	Pearson Correlation	1	.494 ^{**}	.405 ^{**}	.348 ^{**}	.285 ^{**}	.291 ^{**}	.378 ^{**}	.195	.320 ^{**}	.159	.152	.141	.669 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.014	.004	.003	<.001	.053	.001	.116	.133	.165	<.001	
	N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
P02	Pearson Correlation	.494 ^{**}	1	.445 ^{**}	.383 ^{**}	.545 ^{**}	.313 ^{**}	.310 ^{**}	.346 ^{**}	.440 ^{**}	.175	.266 ^{**}	.183	.720 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)			<.001	<.001	<.001	.002	.002	<.001	<.001	.084	.008	.070	<.001	
	N			99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
P03	Pearson Correlation	.405 ^{**}	.445 ^{**}	1	.468 ^{**}	.370 ^{**}	.444 ^{**}	.411 ^{**}	.421 ^{**}	.425 ^{**}	.258 ^{**}	.336 ^{**}	.327 ^{**}	.716 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)				<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.010	<.001	<.001	<.001	
	N				99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
P04	Pearson Correlation	.348 ^{**}	.383 ^{**}	.468 ^{**}	1	.400 ^{**}	.342 ^{**}	.399 ^{**}	.372 ^{**}	.374 ^{**}	.261 ^{**}	.339 ^{**}	.319 ^{**}	.622 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)					<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.005	<.001	.001	<.001	
	N					99	99	99	99	99	99	99	99	99	
P05	Pearson Correlation	.285 ^{**}	.545 ^{**}	.370 ^{**}	.400 ^{**}	1	.339 ^{**}	.404 ^{**}	.412 ^{**}	.529 ^{**}	.364 ^{**}	.353 ^{**}	.396 ^{**}	.654 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)						<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N						99	99	99	99	99	99	99	99	
P06	Pearson Correlation	.291 ^{**}	.313 ^{**}	.444 ^{**}	.342 ^{**}	.339 ^{**}	1	.456 ^{**}	.547 ^{**}	.548 ^{**}	.454 ^{**}	.541 ^{**}	.482 ^{**}	.652 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)							<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N							99	99	99	99	99	99	99	
P07	Pearson Correlation	.378 ^{**}	.310 ^{**}	.411 ^{**}	.399 ^{**}	.404 ^{**}	.456 ^{**}	1	.664 ^{**}	.629 ^{**}	.646 ^{**}	.631 ^{**}	.581 ^{**}	.765 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)								<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N								99	99	99	99	99	99	
P08	Pearson Correlation	.195	.346 ^{**}	.421 ^{**}	.372 ^{**}	.412 ^{**}	.547 ^{**}	.664 ^{**}	1	.687 ^{**}	.547 ^{**}	.661 ^{**}	.625 ^{**}	.752 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)									<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N									99	99	99	99	99	
P09	Pearson Correlation	.320 ^{**}	.444 ^{**}	.425 ^{**}	.374 ^{**}	.528 ^{**}	.548 ^{**}	.628 ^{**}	.687 ^{**}	1	.658 ^{**}	.716 ^{**}	.675 ^{**}	.833 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)										<.001	<.001	<.001	<.001	
	N										99	99	99	99	
P10	Pearson Correlation	.159	.175	.258 ^{**}	.281 ^{**}	.364 ^{**}	.454 ^{**}	.646 ^{**}	.547 ^{**}	.658 ^{**}	1	.888 ^{**}	.680 ^{**}	.682 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)											<.001	<.001	<.001	
	N											99	99	99	
P11	Pearson Correlation	.152	.266 ^{**}	.336 ^{**}	.319 ^{**}	.363 ^{**}	.541 ^{**}	.631 ^{**}	.661 ^{**}	.716 ^{**}	.888 ^{**}	1	.731 ^{**}	.762 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)												<.001	<.001	
	N												99	99	
P12	Pearson Correlation	.141	.183	.327 ^{**}	.319 ^{**}	.396 ^{**}	.402 ^{**}	.581 ^{**}	.625 ^{**}	.675 ^{**}	.660 ^{**}	.731 ^{**}	1	.737 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)													<.001	
	N													99	
TOTAL	Pearson Correlation	.669 ^{**}	.720 ^{**}	.716 ^{**}	.622 ^{**}	.654 ^{**}	.662 ^{**}	.765 ^{**}	.752 ^{**}	.833 ^{**}	.682 ^{**}	.762 ^{**}	.737 ^{**}	1	
	Sig. (2-tailed)														
		N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).															
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).															

HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS MENGENAI Y

		Correlations													
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	TOTAL	
P01	Pearson Correlation	1	.457 ^{**}	.376 ^{**}	.316 ^{**}	.400 ^{**}	.225 ^{**}	.268 ^{**}	.189	.163	-.011	.069	.113	.695 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.001	<.001	.025	.007	.062	.106	.910	.494	.268	<.001	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	98
P02	Pearson Correlation	.457 ^{**}	1	.345 ^{**}	.340 ^{**}	.368 ^{**}	.212 ^{**}	.162	.145	.170	.015	.333	.089	.600 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	.035	.109	.153	.093	.880	.189	.383	<.001	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	98
P03	Pearson Correlation	.376 ^{**}	.345 ^{**}	1	.315 ^{**}	.491 ^{**}	.287 ^{**}	.247 ^{**}	.275 ^{**}	.293 ^{**}	.143	.177	.224 ^{**}	.663 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		.002	<.001	.004	.014	.006	.003	.157	.080	.026	<.001	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	98
P04	Pearson Correlation	.316 ^{**}	.340 ^{**}	.315 ^{**}	1	.461 ^{**}	.203 ^{**}	.235 ^{**}	.327 ^{**}	.322 ^{**}	.183	.214 ^{**}	.144	.586 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001	.002		<.001	.044	.025	<.001	.001	.070	.020	.154	<.001	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	98
P05	Pearson Correlation	.400 ^{**}	.368 ^{**}	.491 ^{**}	.461 ^{**}	1	.363 ^{**}	.333 ^{**}	.437 ^{**}	.505 ^{**}	.321 ^{**}	.333 ^{**}	.384 ^{**}	.742 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	98
P06	Pearson Correlation	.225 ^{**}	.212 ^{**}	.287 ^{**}	.203 ^{**}	.363 ^{**}	1	.411 ^{**}	.337 ^{**}	.475 ^{**}	.338 ^{**}	.363 ^{**}	.314 ^{**}	.583 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	.025	.035	.004	.044	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	98
P07	Pearson Correlation	.268 ^{**}	.162	.247 ^{**}	.226 ^{**}	.333 ^{**}	.411 ^{**}	1	.396 ^{**}	.438 ^{**}	.389 ^{**}	.442 ^{**}	.429 ^{**}	.592 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	.007	.109	.014	.025	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	98
P08	Pearson Correlation	.189	.145	.275 ^{**}	.327 ^{**}	.437 ^{**}	.337 ^{**}	.396 ^{**}	1	.465 ^{**}	.388 ^{**}	.493 ^{**}	.513 ^{**}	.611 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	.062	.153	.006	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	98
P09	Pearson Correlation	.163	.170	.293 ^{**}	.322 ^{**}	.505 ^{**}	.475 ^{**}	.438 ^{**}	.465 ^{**}	1	.469 ^{**}	.451 ^{**}	.602 ^{**}	.676 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	.106	.093	.003	.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	98
P10	Pearson Correlation	-.011	.015	.143	.183	.321 ^{**}	.338 ^{**}	.389 ^{**}	.386 ^{**}	.489 ^{**}	1	.538 ^{**}	.525 ^{**}	.502 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	.910	.880	.157	.070	.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	98
P11	Pearson Correlation	.069	.133	.177	.234	.333 ^{**}	.363 ^{**}	.442 ^{**}	.493 ^{**}	.451 ^{**}	.538 ^{**}	1	.607 ^{**}	.600 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	.494	.189	.080	.020	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	98
P12	Pearson Correlation	.113	.089	.224 ^{**}	.144	.384 ^{**}	.314 ^{**}	.429 ^{**}	.513 ^{**}	.602 ^{**}	.525 ^{**}	.607 ^{**}	1	.632 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	.266	.383	.026	.154	<.001	.002	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	98
TOTAL	Pearson Correlation	.695 ^{**}	.600 ^{**}	.663 ^{**}	.586 ^{**}	.742 ^{**}	.583 ^{**}	.592 ^{**}	.611 ^{**}	.678 ^{**}	.502 ^{**}	.600 ^{**}	.632 ^{**}	1	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	98

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	12

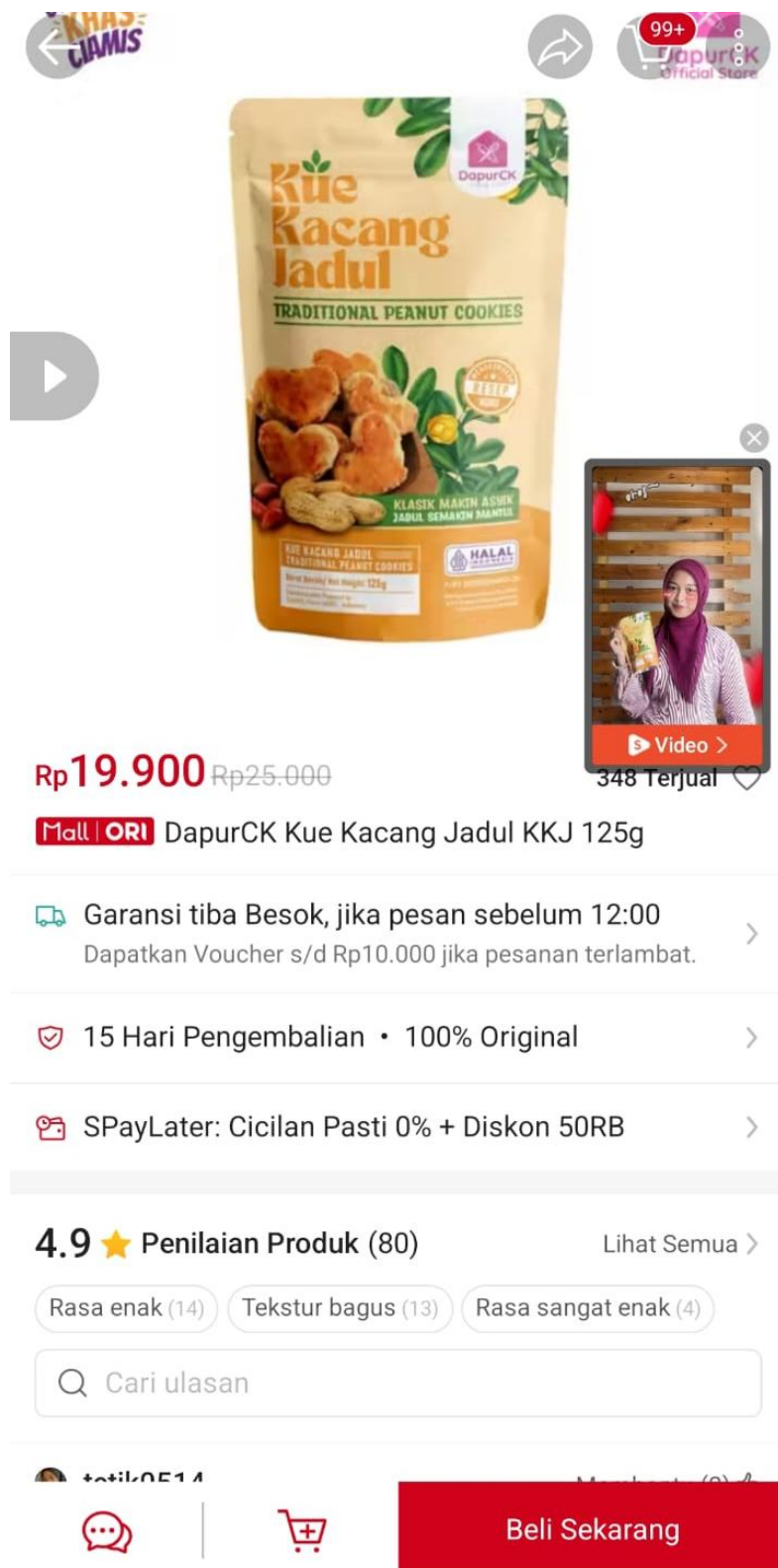
Lampiran 11 T- Tabel

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 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
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 12 F- Tabel

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	3.95	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	3.94	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	3.94	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	3.94	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	3.94	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	3.94	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	3.94	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	3.94	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	3.94	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	3.94	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	3.94	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	3.93	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	3.93	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	3.93	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	3.93	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	3.93	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	3.93	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	3.93	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	3.93	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	3.93	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	3.93	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	3.93	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	3.93	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	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.92	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
124	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.91	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	3.91	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	3.91	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	3.91	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	3.91	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

Lampiran 13 Produk *Flash Sale* Dapur CK Ciamis di Shopee



Kue Kacang Jadul
TRADITIONAL PEANUT COOKIES

Rp19.900 ~~Rp25.000~~

Mall | ORI DapurCK Kue Kacang Jadul KKJ 125g

Garansi tiba Besok, jika pesan sebelum 12:00
Dapatkan Voucher s/d Rp10.000 jika pesanan terlambat.

15 Hari Pengembalian • 100% Original

SPayLater: Cicilan Pasti 0% + Diskon 50RB

4.9 ★ Penilaian Produk (80) [Lihat Semua >](#)

Rasa enak (14) Tekstur bagus (13) Rasa sangat enak (4)

Cari ulasan

Beli Sekarang

Lampiran 14 *Product Bundling* Dapur CK Ciamis di Shopee



Rp34.105 Dengan Voucher 113 Terjual

VIP Beli produk ini seharga **Rp28.720** dengan ShopeeVIP

Mall | ORI DapurCK Brolendo Brownies Galendo Crispy khas Ciamis [PAKET HEMAT 2 PCS]

 Garansi tiba 6 - 9 Apr
Dapatkan Voucher s/d Rp10.000 jika pesanan terlambat.

 15 Hari Pengembalian • 100% Original

 SPayLater: Cicilan Pasti 0% + Diskon 50RB

4.9 ★ Penilaian Produk (41) Lihat Semua

Harga murah (2) Kualitas baik (2) Rasa enak (2)

  **Beli Dengan Voucher
Rp34.105**

Lampiran 15 Dokumentasi Observasi di Dapur CK Ciamis

