

KUESIONER

PENGARUH KEPERCAYAAN, INOVASI PRODUK DAN STRATEGI

PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

(Studi Kasus Pada Toko Rotiku Atambua)

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini, mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi data berikut terlebih dahulu. (Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari berikan akan diperlakukan secara rahasia).

Nama :

Jenis kelamin : (.....) Laki-laki (.....) Perempuan

Usia : Tahun.

Pendidikan terakhir : (.....) SLTA (.....) Diploma (.....) Sarjana (.....) Pasca Sarjana.

Pekerjaan :

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Responden dapat memberikan jawaban dengan **tanda centang (√)** salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan.

Pada masing-masing pertanyaan terdapat Empat alternatif jawaban yang mengacu pada teknik skala Likert, yaitu:

Sangat Setuju (SS) = 4

Setuju (S) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

❖ Minat Beli Konsumen (Y)

NO	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya suka membeli produk Toko RotiKu Atambua karena terjangkau dan mengenyangkan.				
2	Saya merekomendasikan produk Toko RotiKu Atambua karena kualitas dan harganya yang terjangkau.				
3	Saya membeli produk Toko RotiKuAtambua karena bentuk dan kualitas rasanya yang menggugah selera.				
4	Saya membeli produk Toko RotiKu Atambua karena mendapat informasi bahwa produk tersebut mempunyai harga yang terjangkau dengan tempat penjualan yang strategis.				

❖ **Kepercayaan (X1)**

NO	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Toko RotiKu Atambua bertanggung jawab dalam menjual produknya kepada konsumen.				
2	Toko RotiKu Atambua tidak melakukan kecurangan pada konsumen.				
3	Toko RotiKu Atambua memenuhi selera yang konsumen inginkan dalam produk.				
4	Toko RotiKu Atambua mempunyai produk dagang yang memuaskan.				
5	Toko RotiKu Atambua mempunyai karyawan yang terpercaya dalam melayani konsumen.				

❖ **Inovasi Produk (X2)**

NO	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Produk yang terdapat pada Toko Rotiku Atambua memiliki keistimewaan yang berbeda dengan produk-produk lain				
2	Bentuk dan rupa dari produk yang ditawarkan oleh Toko Rotiku Atambua pada konsumen merangsang selera makan para konsumen.				
3	Kualitas produk yang ditawarkan oleh Toko Rotiku Atambua sudah memenuhi standar kesehatan dan kebersihan yang diharapkan oleh konsumen.				

❖ **Strategi Pemasaran (X3)**

NO	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Produk yang dipasarkan oleh Toko Rotiku Atambua dapat diminati semua kalangan masyarakat.				
2	Produk yang ada di Toko Rotiku Atambua lengkap dan beranekaragam				
3	Harga yang ditawarkan oleh Toko Rotiku Atambua sudah sesuai dan harganya mudah terjangkau				
4	Lokasi Toko Rotiku Atambua mudah dijangkau oleh konsumen dan strategis dekat dengan keramaian lalu lintas				
5	Pemasaran langsung yang dilakukan Toko Rotiku Atambua memberikan kemudahan bagi konsumen dalam membeli				

49	Ronald J. Williams	L	3	4	5	3	3	16	3	4	2	3	3	18	3	4	2	3	16	4	4	3	3	3	3	14
50	Stefano Viti	L	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	12	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	16
51	Asisio Sperto	L	4	4	3	3	4	17	3	3	3	3	9	3	3	4	4	3	17	3	4	4	3	4	4	14
52	Edina Kobi-Bao	P	4	3	3	2	3	15	4	4	3	3	11	4	3	4	4	3	18	3	3	4	4	4	4	15
53	Ernesto Ego	P	3	2	3	3	4	15	3	3	3	9	9	4	3	4	4	3	18	4	4	3	3	4	4	16
54	Yolma Ibrahimi-Mika	L	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	12
55	Rashidiana Is	P	3	4	3	3	3	16	3	3	4	4	10	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	3	3	12
56	Dina P. Erku	P	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	16
57	Gabriela Anita Duan-wendi	P	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	16
58	Stefania Anshu Jee	P	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	16
59	Apah Bala	P	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	16
60	Pradisa Owa	P	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	16
61	Geplidiana Prangga Kulo	L	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	16
62	Imanah Basudika	P	4	4	3	3	3	17	3	3	3	9	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	12
63	Wibidiana Joki	P	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	14
64	Maria Angeli Bore	L	3	3	3	3	3	15	4	3	3	10	3	3	3	3	4	3	17	3	3	3	3	3	3	12
65	Arjipanto	L	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	16
66	Rio Kulu	L	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	16
67	Yeremias Nidak	L	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	16
68	Shari Ladi	L	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	16
69	Ahmad Hidarani	L	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	12
70	Megdikiana Maran	P	4	4	4	3	3	18	3	3	4	4	10	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	4	14
71	Toni Mumpuni Tika-Nahata	P	4	4	4	3	3	18	4	3	4	4	11	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	16
72	Katrina-see	L	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	11	3	3	3	4	3	15	3	3	4	4	4	4	13
73	Novariansi Almariti	L	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	11	3	3	3	4	3	15	3	3	4	4	4	4	13
74	Rosafida	P	3	3	4	4	4	18	3	3	3	9	9	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	3	3	12
75	Felidita	P	2	3	4	3	3	18	3	3	3	9	9	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	4	14
76	Indika Widi	P	3	3	3	3	3	16	3	4	4	4	11	3	3	3	3	3	15	3	4	3	4	4	4	14
77	Isaria Ylhami-Berani	P	3	3	3	3	3	16	3	3	3	9	9	4	3	4	4	3	18	3	3	3	3	3	3	12
78	Juwanti Mariani	L	3	4	3	3	3	16	4	4	4	4	12	3	4	3	4	3	17	3	3	3	3	3	3	12
79	Geni Yuliantio	L	4	4	3	4	4	20	4	4	4	4	10	4	4	3	4	4	18	3	3	4	4	4	4	14
80	Yusuf	L	4	3	3	4	3	17	4	3	3	10	4	3	3	4	3	4	17	3	3	3	3	3	3	12
81	Melkiana Sidiq	L	4	3	3	4	3	18	4	3	4	4	11	3	4	3	4	3	17	3	3	4	4	4	4	14
82	Noviana Ili	P	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	11	3	4	3	4	3	17	3	3	4	4	4	4	15
83	Maria Lela	P	3	3	3	3	3	15	4	4	3	11	4	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	4	14
84	Indika Tereanah	P	3	4	3	3	4	17	3	3	4	4	10	3	3	4	4	3	17	4	4	4	4	4	4	15
85	Yuliana Dinda	L	3	4	3	3	3	15	4	4	4	4	11	4	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	4	14

LAMPIRAN 2 UJI VALIDITAS

1. KEPERCAYAAN (X₁)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.460**	.617**	.534**	.323**	.773**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.003	.000
	N	85	85	85	85	85	85
X1.2	Pearson Correlation	.460**	1	.456**	.521**	.386**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85
X1.3	Pearson Correlation	.617**	.456**	1	.448**	.502**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85
X1.4	Pearson Correlation	.534**	.521**	.448**	1	.519**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85
X1.5	Pearson Correlation	.323**	.386**	.502**	.519**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85
TOTAL	Pearson Correlation	.773**	.743**	.790**	.795**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85

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

2. INOVASI PRODUK (X₂)

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.530**	.484**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85
X2.2	Pearson Correlation	.530**	1	.442**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	85	85	85	85
X2.3	Pearson Correlation	.484**	.442**	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85
TOTAL	Pearson Correlation	.829**	.811**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85

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

3. STRATEGI PEMASARAN (X₃)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.389**	.416**	.260*	.486**	.726**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.016	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85
X3.2	Pearson Correlation	.389**	1	.237*	.296**	.399**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000		.029	.006	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85
X3.3	Pearson Correlation	.416**	.237*	1	.389**	.556**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000	.029		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85
X3.4	Pearson Correlation	.260*	.296**	.389**	1	.254*	.619**
	Sig. (2-tailed)	.016	.006	.000		.019	.000
	N	85	85	85	85	85	85
X3.5	Pearson Correlation	.486**	.399**	.556**	.254*	1	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.019		.000
	N	85	85	85	85	85	85
TOTAL	Pearson Correlation	.726**	.658**	.746**	.619**	.767**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85

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

4. MINAT BELI KONSUMEN (Y)

		Correlations				
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	.539**	.390**	.110	.715**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.316	.000
	N	85	85	85	85	85
Y1.2	Pearson Correlation	.539**	1	.316**	.214*	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.049	.000
	N	85	85	85	85	85
Y1.3	Pearson Correlation	.390**	.316**	1	.401**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000	.000
	N	85	85	85	85	85
Y1.4	Pearson Correlation	.110	.214*	.401**	1	.625**
	Sig. (2-tailed)	.316	.049	.000		.000
	N	85	85	85	85	85
TOTAL	Pearson Correlation	.715**	.729**	.749**	.625**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85

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

UJI RELIABILITAS

1. KEPERCAYAAN (X_1)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	85	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.797	.889	6

2. INOVASI PRODUK (X_2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	85	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.831	.880	4

3. STRATEGI PEMASARAN (X_3)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	85	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.779	.847	6

4. MINAT BELI KONSUMEN (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	85	100.0

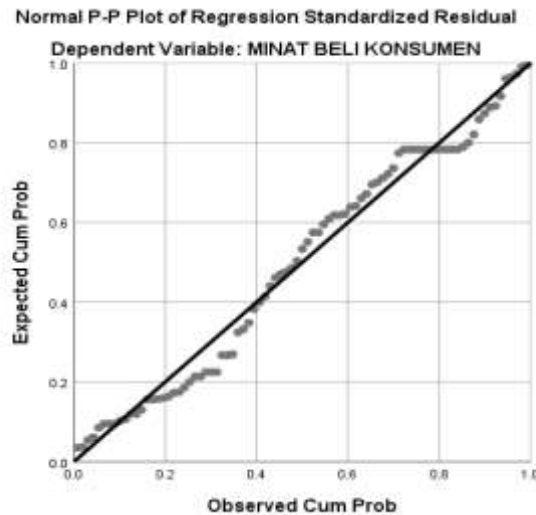
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.780	.821	5

LAMPIRAN 3 UJI ASUMSI KLASIK

1. UJI NORMALITAS

A. Dengan Menggunakan Metode Grafik *Normal of Regresion*



B. Dengan Menggunakan Metode *One Sample Kolmogrof Smirnof*

		KEPERCA YAAN	INOVASI PRODUK	STRATEGI PEMASARAN	MINAT BELI KONSUMEN
N		85	85	85	85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	17.65	10.46	17.56	13.86
	Std. Deviation	1.962	1.220	1.769	1.416
Most Extreme Differences	Absolute	.226	.213	.143	.166
	Positive	.135	.213	.143	.166
	Negative	-.226	-.179	-.139	-.140
Test Statistic		.226	.213	.143	.166
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	.000 ^c	.000 ^c	.000 ^c
a. Test distribution is Normal.					
b. Calculated from data.					
c. Lilliefors Significance Correction.					

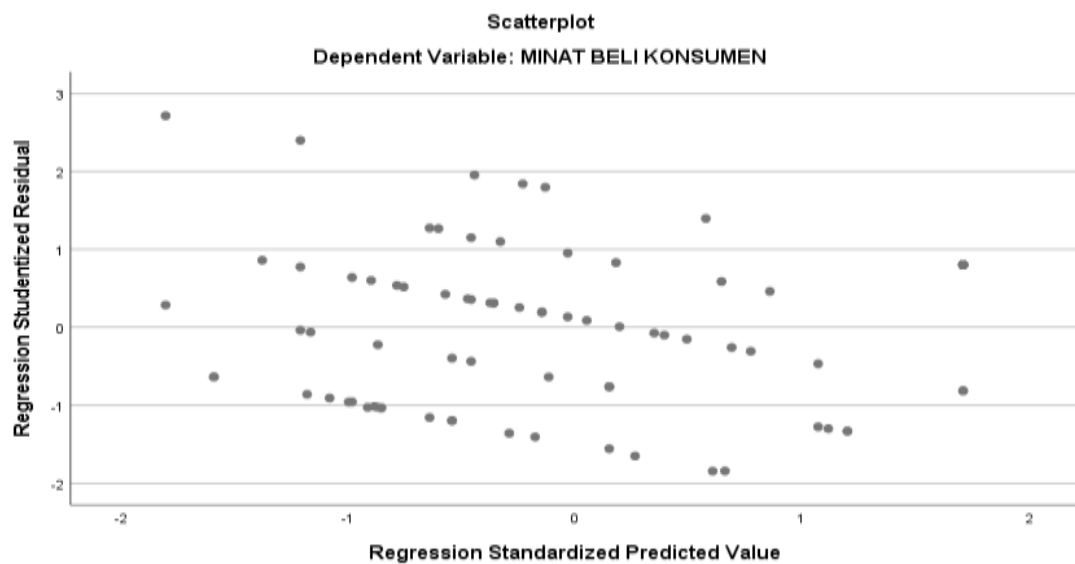
2. UJI MULTIKOLINERITAS

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.564	1.756		3.168	.002		
	KEPERCAYAAN	.209	.077	.290	2.708	.008	.832	1.202
	INOVASI PRODUK	.199	.119	.172	1.673	.098	.904	1.106
	STRATEGI PEMASARAN	.143	.085	.179	1.679	.097	.843	1.186
a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN								

3. UJI AUTOKORELASI

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.475 ^a	.226	.197	1.269	2.175
a. Predictors: (Constant), STRATEGI PEMASARAN, INOVASI PRODUK, KEPERCAYAAN					
b. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN					

4. UJI HETEROSKEDATISITAS



5. UJI LINEARITAS

A. KEPERCAYAAN (X₁)

ANOVA Table								
				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT BELI KONSUMEN * KEPERCAYAAN	Between Groups	(Combined)		35.001	5	7.000	4.148	.002
		Linearity		27.185	1	27.185	16.110	.000
		Deviation from Linearity		7.816	4	1.954	1.158	.336
		Within Groups		133.305	79	1.687		
Total				168.306	84			

B. INOVASI PRODUK (X₂)

ANOVA Table				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT KONSUMEN INOVASI PRODUK	BELI *	Between Groups	(Combined)	23.832	3	7.944	4.454	.006
			Linearity	14.442	1	14.442	8.097	.006
			Deviation from Linearity	9.390	2	4.695	2.632	.078
		Within Groups		144.474	81	1.784		
		Total		168.306	84			

C. STRATEGI PEMASARAN (X₃)

ANOVA Table				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT KONSUMEN STRATEGI PEMASARAN	BELI *	Between Groups	(Combined)	40.262	5	8.052	4.968	.001
			Linearity	17.993	1	17.993	11.101	.001
			Deviation from Linearity	22.270	4	5.567	3.435	.512
		Within Groups		128.044	79	1.621		
		Total		168.306	84			

LAMPIRAN 4

UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KEPERCAYAA N ^b		Enter

a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN
b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.402 ^a	.362	.151	1.304

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.185	1	27.185	15.989	.000 ^b
	Residual	141.121	83	1.700		

Total	168.306	84			
a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN					
b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN					

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.743	1.287		6.791	.000
	KEPERCAYAAN	.290	.373	.402	3.999	.000

a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN

2. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	INOVASI PRODUK ^b		Enter

a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN
b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.593 ^a	.486	.075	1.362

a. Predictors: (Constant), INOVASI PRODUK

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.442	1	14.442	7.790	.007 ^b
	Residual	153.864	83	1.854		
	Total	168.306	84			

a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN
b. Predictors: (Constant), INOVASI PRODUK

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.305	1.282		8.041	.000
	INOVASI PRODUK	.340	.122	.293	2.791	.007

a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN

3. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	STRATEGI PEMASARAN ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN
b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.427 ^a	.407	.096	1.346

a. Predictors: (Constant), STRATEGI PEMASARAN

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.993	1	17.993	9.935	.002 ^b
	Residual	150.313	83	1.811		
	Total	168.306	84			

a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN
b. Predictors: (Constant), STRATEGI PEMASARAN

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.264	1.465		6.323	.000
	STRATEGI PEMASARAN	.262	.083	.327	3.152	.002

a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN

LAMPIRAN 5 UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Pengaruh Store Atmosphere dan Food Quality Terhadap Revisit Intention

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	STRATEGI PEMASARAN, INOVASI PRODUK, KEPERCAYAA N ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN
b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.575 ^a	.626	.197	1.269

a. Predictors: (Constant), STRATEGI PEMASARAN, INOVASI PRODUK, KEPERCAYAAN

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37.957	3	12.652	7.862	.000 ^b
	Residual	130.349	81	1.609		
	Total	168.306	84			

a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN
b. Predictors: (Constant), STRATEGI PEMASARAN, INOVASI PRODUK, KEPERCAYAAN

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.564	1.756		3.168	.002
	KEPERCAYAAN	.209	.077	.290	2.708	.008
	INOVASI PRODUK	.199	.119	.172	1.673	.098
	STRATEGI PEMASARAN	.143	.085	.179	1.679	.097

a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TIMOR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl . Km. 9 Kelurahan Sasi , Kefamenanu
Laman : unimor.ac.id, e-mail: dekan@unimor.ac.id

Nomor : 50/UN60.4/KM/2022
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian

12 Juli 2022

Yth . Bupati Belu
Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kab. Belu
Di
Tempat.

Dengan Hormat,

Berkaitan dengan penyusunan tugas akhir mahasiswa guna menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi **Manajemen** pada **Fakultas Ekonomi dan Bisnis**, maka mahasiswa yang bersangkutan akan melakukan penelitian di Kab. Belu. Adapun Mahasiswa yang akan melaksanakan kegiatan penelitian adalah :

Nama : Yulianty Feriernis Watu
NPM : 41180056
Alamat : Kefamenanu
Tempat penelitian : Toko Rotiku Atambua Kab. Belu
Waktu : Di sesuaikan dengan situasi Lapangan
Judul : Analisis Pengaruh kepercayaan, Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen

Dengan ini kami mohon bantuan Bapak/Ibu agar mahasiswa tersebut diberikan izin melaksanakan penelitian untuk mendapatkan data-data yang diperlukan di wilayah Bapak/Ibu pimpin, sepanjang yang bersangkutan memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan. Adapun mengenai biaya untuk hal-hal tersebut di atas (Foto Copy,CD,Film) terkait izin tersebut ditanggung oleh yang bersangkutan.

Demikian permohonan ini , atas bantuan dan kerja sama Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Dekan

Dr. Yohanis R. S. ME
NIP.196909250605011001

Tembusan :

1. Yang bersangkutan
2. Pertinggal



**PEMERINTAH KABUPATEN BELU
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

Jalan El Tari Nomor 1 Atambua Provinsi Nusa Tenggara Timur
Telp/Fax. Nomor (0389) 21152, Email kesbangpolkabbelu@yahoo.co.id

SURAT IJIN PENELITIAN

Nomor : BKBP- 070/201/VII/2022

Kepada

Yth. Camat Atambua Barat

di -

TEMPAT

Menunjuk Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor Kefamenanu Nomor :50/UN60 4.1/KM/2022 tanggal 12 Juli 2022 perihal Ijin Penelitian dengan ini memberikan ijin kepada :

Nama : YULIANTY FERIERNIS WATU
NIM : 41180056
Program Studi / Jurusan : Manajemen / Ekonomi Bisnis
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor Kefamenanu
Kebangsaan : Indonesia

Untuk melakukan kegiatan pra penelitian di Kantor / wilayah sebagaimana yang telah ditentukan dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

" **ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, INOVASI PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus pada Toko Rotiku Atambua).**"

Lokasi : Kel Beirafu, Kec. Atambua Barat – Kab Belu

Pengikut : -

Lamanya : 1 (satu) minggu terhitung mulai saat pemberitahuan ini dikeluarkan.

Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor Kefamenanu

Peneliti berkewajiban menghormati / mentaati peraturan dan tata tertib di daerah setempat dan menyampaikan laporan hasil penelitiannya kepada Bupati Belu Cq. Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Belu.

Atambua, 22 Juli 2022

PLT. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
KABUPATEN BELU

CH. KARMELETTA B. S.I.P.
Pembina Tk. I
NIP. 196410101991031014

Tembusan :

1. Bupati Belu di Atambua sebagai laporan;
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor Kefamenanu di Kefamenanu;
3. Yang bersangkutan.



PEMERINTAH KABUPATEN BELU
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jalan El Tari Nomor 1 Atambua Provinsi Nusa Tenggara Timur
Telp/Fax. Nomor (0389) 21152, Email : kesbangpolkabelu@yahoo.co.id

Atambua, 02 Agustus 2022

Nomor : BKBP-070/237/VIII/2022
Lampiran : -
Perihal : Keterangan Selesai Penelitian

K e p a d a

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Timor Kefamenanu
di -
KEFAMENANU

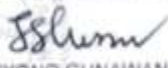
Menunjuk Surat Pemilik Toko Rotiku Atambua Tanggal 01 Agustus 2022 perihal Surat Keterangan Selesai Penelitian, maka dengan ini disampaikan bahwa :

N a m a : YULIANTY FERIERNIS WATU
N I M : 41180056
Program Studi / Jurusan : Manajemen / Ekonomi Bisnis
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor Kefamenanu
Kebangsaan : Indonesia

Telah melakukan Kegiatan Penelitian dalam rangka Penyusunan Skripsi dengan judul :
ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, INOVASI PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus pada Toko Rotiku Atambua). "

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

a.n. PLT. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
KABUPATEN BELU
KABID KETAHANAN EKONOMI, SOSBUD, AGAMA DAN ORMAS


ISTIYONO GUNAWAN, SE
Pembina
NIP. 19790921 200804 1 009

Tembusan :
1. Bupati Belu di Atambua sebagai laporan;
2. Yang bersangkutan.