

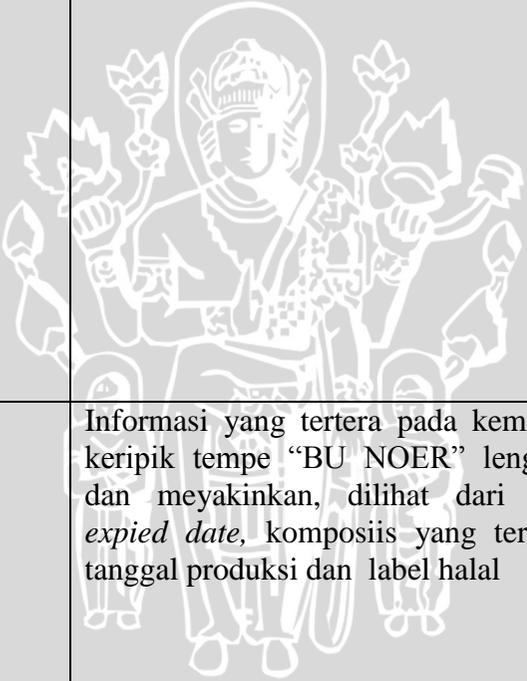
Tabel 4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Bauran Pemasaran	Produk ( $X_1$ )	Kualitas Produk ( $X_{11}$ )	<p>Produk dari keripik tempe “BU NOER” telah memiliki kualitas produk yang baik, yaitu memiliki rasa yang enak, gurih, lezat, tidak mudah basi, renyah dan memiliki aroma yang sedap sesuai dengan selera konsumen</p> 	<p>Kriteria Skor yang diberikan :</p> <p>4=Produk keripik tempe “BU NOER” sangat sesuai dengan kualitas produk yang baik memiliki rasa yang sangat enak, gurih, lezat, tidak mudah basi, renyah dan memiliki aroma yang sedap, sangat sesuai dengan selera konsumen.</p> <p>3= Produk keripik tempe “BU NOER” sesuai dengan kualitas produk yang baik memiliki rasa yang enak, gurih, lezat, tidak mudah basi, renyah dan memiliki aroma yang sedap sesuai dengan selera konsumen.</p> <p>2= Produk keripik tempe “BU NOER” tidak sesuai dengan kualitas produk yang baik memiliki rasa yang kurang enak, kurang gurih, kurang lezat, tidak mudah basi, kurang renyah dan memiliki aroma yang kurang sedap, tidak sesuai dengan selera konsumen.</p>

Tabel 4. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				<p>1= Produk keripik tempe “BU NOER” sangat tidak sesuai dengan kualitas produk yang baik memiliki rasa yang tidak enak, tidak gurih, kurang lezat, tidak mudah basi, tidak renyah dan memiliki aroma yang tidak sedap, sangat tidak sesuai dengan selera konsumen.</p>
		<p>Kemasan (X<sub>12</sub>)</p>	<p>Kemasan yang dimiliki dari keripik tempe “BU NOER” menarik perhatian konsumen dari desain kemasan yang bervariasi, mampu melindungi produk dengan sangat ringkas dan mudah untuk dibawa</p>	<p>Kriteria Skor yang diberikan :</p> <p>4=Kemasan keripik tempe “BU NOER” sangat menarik perhatian konsumen dari desain kemasan yang sangat bervariasi, mampu melindungi produk dengan sangat ringkas dan mudah untuk dibawa.</p> <p>3=Kemasan keripik tempe “BU NOER” menarik perhatian konsumen dari desain kemasan yang bervariasi, mampu melindungi produk dengan sangat ringkas dan mudah untuk dibawa.</p>

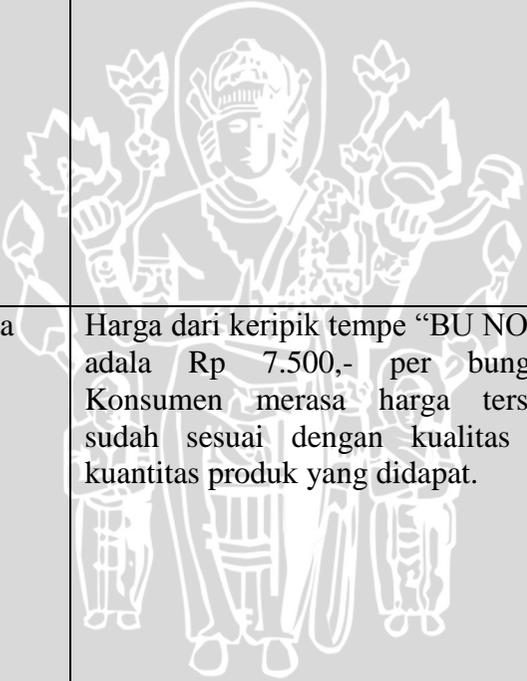
Tabel 4. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				<p>2=Kemasan keripik tempe “BU NOER” tidak menarik perhatian konsumen dari desain kemasan yang kurang bervariasi, kurang melindungi produk dengan sangat ringkas dan kurang mudah untuk dibawa.</p> <p>1=Kemasan keripik tempe “BU NOER” sangat tidak menarik perhatian konsumen dari desain kemasan yang tidak bervariasi, tidak mampu melindungi produk dengan sangat ringkas dan tidak mudah untuk dibawa.</p>
		Pelabelan (X <sub>13</sub> )	Informasi yang tertera pada kemasan keripik tempe “BU NOER” lengkap dan meyakinkan, dilihat dari segi <i>expied date</i> , komposisi yang tertera, tanggal produksi dan label halal	<p>Kriteria Skor yang diberikan :</p> <p>4= Kemasan keripik tempe “BU NOER” memiliki label yang sangat lengkap dan sangat meyakinkan, dilihat dari segi <i>expied date</i>, komposisi yang tertera, tanggal produksi dan label halal.</p>

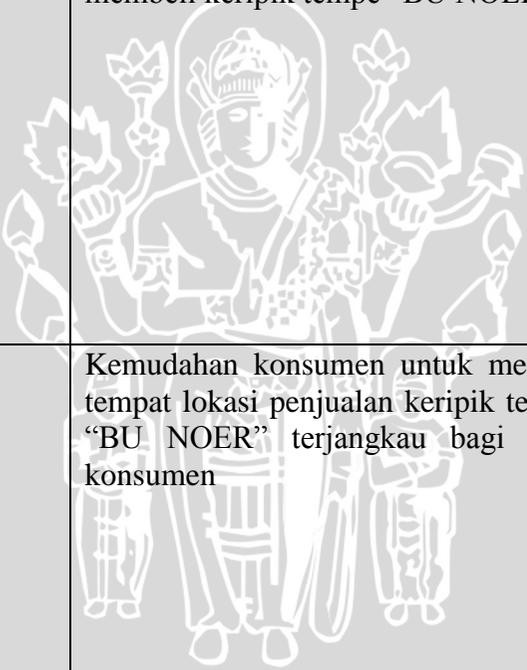
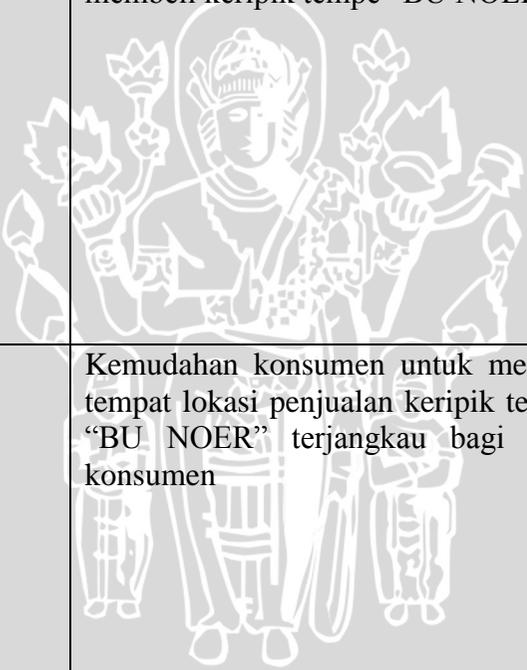
Tabel 4. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				<p>3= Kemasan keripik tempe “BU NOER” memiliki label yang lengkap dan meyakinkan, dilihat dari segi <i>expied date</i>, komposisi yang tertera, tanggal produksi dan label halal .</p> <p>2= Kemasan keripik tempe “BU NOER” memiliki label yang tidak lengkap namun meyakinkan dari segi <i>expied date</i>, komposisi yang tertera, tanggal produksi dan label halal.</p> <p>1= Kemasan keripik tempe “BU NOER” memiliki label yang sangat tidak lengkap dan tidak meyakinkan dilihat dari <i>expied date</i>, komposisi yang tertera, tanggal produksi dan label halal.</p>
	Harga (X <sub>2</sub> )	Harga Produk (X <sub>21</sub> )	Harga keripik tempe “BU NOER” terjangkau bagi seluruh lapisan ekonomi atas maupun bawah yakni dengan harga Rp 7.500,00	<p>Kriteria Skor yang diberikan :</p> <p>4 = Harga dari keripik tempe “BU NOER” sangat terjangkau bagi seluruh lapisan ekonomi atas dan bawah.</p>

Tabel 4. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				<p>3 = Harga dari keripik tempe “BU NOER” terjangkau bagi seluruh lapisan ekonomi atas dan bawah.</p> <p>2 = Harga dari keripik tempe “BU NOER” tidak terjangkau bagi seluruh lapisan ekonomi atas dan bawah.</p> <p>1 = Harga dari keripik tempe “BU NOER” sangat tidak terjangkau bagi seluruh lapisan ekonomi atas dan bawah.</p>
		Kesesuaian Harga (X <sub>22</sub> )	<p>Harga dari keripik tempe “BU NOER” adalah Rp 7.500,- per bungkus. Konsumen merasa harga tersebut sudah sesuai dengan kualitas dan kuantitas produk yang didapat.</p>	<p>Kriteria Skor yang diberikan :</p> <p>4 = Harga keripik tempe “BU NOER” sangat sesuai dengan kualitas an kuantitas produk yang diperoleh.</p> <p>3 = Harga keripik tempe “BU NOER” sesuai dengan kualitas dan kuantitas produk yang diperoleh.</p> <p>2 = Harga keripik tempe “BU NOER” tidak sesuai dengan kualitas dan kuantitas produk yang diperoleh.</p> <p>1 = Harga keripik tempe “BU NOER” sangat tidak sesuai dengan kualitas dan kuantitas produk yang diperoleh.</p>

Tabel 4. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
		Potongan Harga (X <sub>23</sub> )	Potongan harga yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen membuat kosumen tertarik untuk membeli keripik tempe “BU NOER” 	Kriteria Skor yang diberikan : 4=Pemberian potongan harga dari keripik tempe “BU NOER” sangat menarik bagi konsumen. 3=Pemberian potongan harga dari keripik tempe “BU NOER” menarik bagi konsumen. 2=Pemberian potongan harga dari keripik tempe “BU NOER” tidak menarik bagi konsumen. 1=Pemberian potongan harga dari keripik tempe “BU NOER” sangat tidak menarik bagi konsumen.
	Tempat / Distribusi (X <sub>3</sub> )	Lokasi (X <sub>31</sub> )	Kemudahan konsumen untuk menuju tempat lokasi penjualan keripik tempe “BU NOER” terjangkau bagi para konsumen 	Kriteria Skor yang diberikan : 4=Lokasi penjualan dari keripik tempe “BU NOER” sangat terjangkau dikunjungi. 3=Lokasi penjualan dari keripik tempe “BU NOER” terjangkau untuk dikunjungi. 2=Lokasi penjualan dari keripik tempe “BU NOER” tidak terjangkau untuk dikunjungi 1=Lokasi penjualan dari keripik tempe “BU NOER” sangat tidak

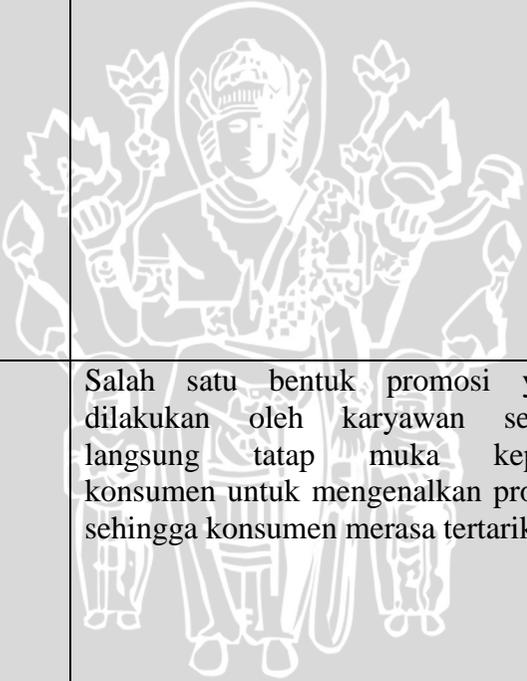
Tabel 3. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
		Kenyamanan Lokasi (X <sub>32</sub> )	Keadaan lokasi penjualan keripik tempe “BU NOER” nyaman bagi para konsumen dalam memilih barang yang dibutuhkan yaitu tersedianya fasilitas yang lengkap, dan lokasi yang bersih.	terjangkau untuk dikunjungi. Kriteria Skor yang diberikan : 4=Lokasi penjualan dari keripik tempe “BU NOER” sangat nyaman bagi para konsumen dalam memilih barang yang dibutuhkan yaitu tersedianya fasilitas yang lengkap, dan lokasi yang bersih. 3=Lokasi penjualan dari keripik tempe “BU NOER” nyaman bagi para konsumen dalam memilih barang yang dibutuhkan yaitu tersedianya fasilitas yang lengkap, dan lokasi yang bersih. 2=Lokasi penjualan dari keripik tempe “BU NOER” tidak nyaman bagi para konsumen dalam memilih barang yang dibutuhkan dan kurang tersedianya fasilitas yang lengkap, dan lokasi yang bersih.

Tabel 4. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				1=Lokasi penjualan dari keripik tempe “BU NOER” sangat tidak nyaman bagi para konsumen dalam memilih barang yang dibutuhkan dan tidak tersedianya fasilitas yang lengkap, dan lokasi yang bersih.
	Promosi (X <sub>4</sub> )	Media Iklan (X <sub>41</sub> )	Media iklan yang digunakan yaitu x-banner, brosur telah memiliki desain gambar dan warna yang menarik serta terdapat informasi yang lengkap mengenai produk yang ada sehingga konsumen tertarik untuk membaca	Kriteria Skor yang diberikan : 4 = Konsumen sangat tertarik membaca brosur maupun <i>x-banner</i> karena desain gambar dan warna yang menarik serta terdapat informasi yang sangat lengkap mengenai produk yang ada. 3 = Konsumen tertarik membaca brosur maupun <i>x-banner</i> karena desain gambar dan warna yang menarik serta terdapat informasi yang sangat lengkap mengenai produk yang ada.

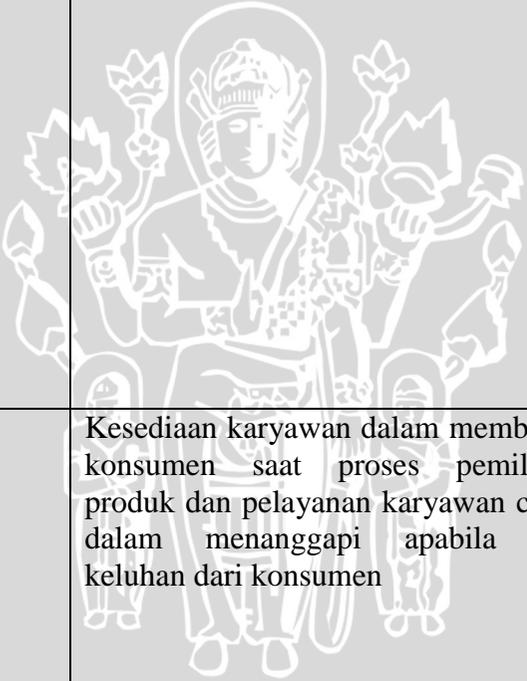
Tabel 4. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				<p>2 = Konsumen tidak tertarik membaca brosur maupun <i>x-banner</i> karena desain gambar dan warna yang kurang menarik serta terdapat informasi yang kurang lengkap mengenai produk yang ada.</p> <p>1 = Konsumen sangat tidak tertarik membaca brosur maupun <i>x-banner</i> karena desain gambar dan warna yang tidak menarik serta terdapat informasi yang tidak lengkap mengenai produk yang ada.</p>
		<p><i>Personal Selling</i> (X<sub>42</sub>)</p>	<p>Salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh karyawan secara langsung tatap muka kepada konsumen untuk mengenalkan produk sehingga konsumen merasa tertarik..</p>	<p>Kriteria Skor yang diberikan :</p> <p>4=Promosi yang dilakukan secara langsung tatap muka sangat menarik bagi konsumen.</p> <p>3=Promosi yang dilakukan secara langsung tatap muka menarik bagi konsumen.</p> <p>2=Promosi yang dilakukan secara langsung tatap muka tidak menarik bagi konsumen.</p>

Tabel 4. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				1=Promosi yang dilakukan secara langsung tatap muka sangat tidak menarik bagi konsumen.
		Sampel Produk ( $X_{43}$ )	Tersedia sampel produk yang diberikan sebelumnya oleh perusahaan untuk konsumen dalam mengenali produk	Kriteria Skor yang diberikan : 4 = Tersedianya sampel produk dari keripik tempe “BU NOER” sangat membantu konsumen untuk mengenali produk. 3 = Tersedianya sampel produk dari keripik tempe “BU NOER” membantu konsumen untuk mengenali produk. 2 = Tersedianya sampel produk dari keripik tempe “BU NOER” tidak membantu konsumen untuk mengenali produk. 1 = Tersedianya sampel produk dari keripik tempe “BU NOER” sangat tidak membantu konsumen untuk mengenali produk.
	People ( $x_5$ )	Keramahan Karyawan ( $X_{51}$ )	Karyawan murah senyum dan memiliki sopan santun yang baik kepada konsumen dalam proses pembelian.	Kriteria Skor yang diberikan : 4 = Karyawan dari keripik tempe “BU NOER” sangat murah senyum dan memiliki sopan santun yang

Tabel 4. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				<p>sangat baik kepada konsumen.</p> <p>3 = Karyawan dari keripik tempe “BU NOER” murah senyum dan memiliki sopan santun yang baik kepada konsumen.</p> <p>2 = Karyawan dari keripik tempe “BU NOER” tidak murah senyum dan tidak memiliki sopan santun yang baik kepada konsumen.</p> <p>1 = Karyawan dari keripik tempe “BU NOER” sangat tidak murah senyum dan tidak memiliki sopan santun yang baik kepada konsumen.</p>
		Kesediaan Membantu ( $X_{52}$ )	Kesediaan karyawan dalam membantu konsumen saat proses pemilihan produk dan pelayanan karyawan cepat dalam menanggapi apabila ada keluhan dari konsumen	<p>Kriteria Skor yang diberikan :</p> <p>4 = Karyawan dari keripik tempe “BU NOER” sangat bersedia membantu selama proses pembelian.</p> <p>3 = Karyawan dari keripik tempe “BU NOER” bersedia membantu selama proses pembelian.</p>

Tabel 4. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				2 = Karyawan dari keripik tempe “BU NOER” tidak bersedia membantu selama proses pembelian. 1 = Karyawan dari keripik tempe “BU NOER” sangat tidak bersedia membantu selama proses pembelian.
	Process ( $x_6$ )	Pemesanan ( $X_{61}$ )	Pelayanan yang diberikan konsumen dalam melakukan pemesanan terlebih dahulu sebelum membeli barang.	Kriteria Skor yang diberikan : 4=Pemesanan yang dilakukan sebelumnya sangat membantu bagi konsumen 3=Pemesanan yang dilakukan sebelumnya membantu bagi konsumen 2=Pemesanan yang dilakukan sebelumnya tidak membantu bagi konsumen 1=Pemesanan yang dilakukan sebelumnya sangat tidak membantu bagi konsumen
		Kecepatan Transaksi ( $X_{62}$ )	Proses pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen saat melakukan transaksi uang cepat dan tanggap shingga tidak membuat konsumen menunggu terlalu lama	Kriteria Skor yang diberikan : 4 = Kecepatan transaksi keripik tempe “BU NOER” sangat cepat, yakni kurang dari 30 detik. 3 = Kecepatan transaksi keripik tempe

Tabel 4. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				<p>“BU NOER” cepat, yakni kurang dari 1 menit.</p> <p>2 = Kecepatan transaksi keripik tempe “BU NOER” tidak cepat, yakni lebih dari 1 menit.</p> <p>1 = Kecepatan transaksi keripik tempe “BU NOER” sangat tidak cepat lebih dari 2 menit.</p>
	<i>Physical Evidence</i> (x7)	Fasilitas (X <sub>71</sub> )	Kesesuaian ekspektasi konsumen berdasarkan kelengkapan fasilitas mulai dari keranjang belanja, kursi, alat <i>debit card</i> , kipas angin maupun AC, toilet, dan mushola yang membantu para konsumen dalam pembelian barang	<p>Kriteria Skor yang diberikan :</p> <p>4 = Fasilitas sangat sesuai dengan ekspektasi konsumen mulai dari keranjang belanja, kursi, alat <i>debit card</i> dan kipas angin maupun AC, toilet dan mushola.</p> <p>3 = Fasilitas sesuai dengan ekspektasi konsumen mulai dari keranjang belanja, kursi, alat <i>debit card</i> dan kipas angin maupun AC, toilet dan mushola.</p> <p>2 = Fasilitas tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen mulai dari keranjang belanja, kursi, alat <i>debit card</i> dan kipas angin maupun AC, toilet dan mushola .</p>

Tabel 3. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				1 = Fasilitas tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen mulai dari keranjang belanja, kursi, alat <i>debit card</i> dan kipas angin maupun AC, toilet dan mushola.
		Kebersihan ( $X_{72}$ )	Kebersihan dalam ruangan toko selalu terjaga dengan baik serta penataan produk yang rapi sesuai dengan pengkelompokan masing-masing produk yang ada.	Kriteria Skor yang diberikan : 4=Kebersihan toko keripik tempe "BU NOER" sangat terjaga dengan baik. 3=Kebersihan toko keripik tempe "BU NOER" terjaga dengan baik 2=Kebersihan toko keripik tempe "BU NOER" tidak terjaga dengan baik. 1=Kebersihan toko keripik tempe "BU NOER" sangat tidak terjaga dengan baik.
Keputusan Pembelian	Mengenali Kebutuhan	Menyediakan kebutuhan	Produk dari oleh-oleh khas Malang "Keripik Tempe Aneka Rasa" telah menyediakan kebutuhan dari konsumen	4=Saya sangat setuju setuju bahwa produk oleh-oleh khas Malang "Keripik Tempe Aneka Rasa" menyediakan kebutuhan saya. 3=Saya setuju bahwa produk oleh-oleh khas Malang "Keripik Tempe Aneka Rasa" menyediakan kebutuhan saya.

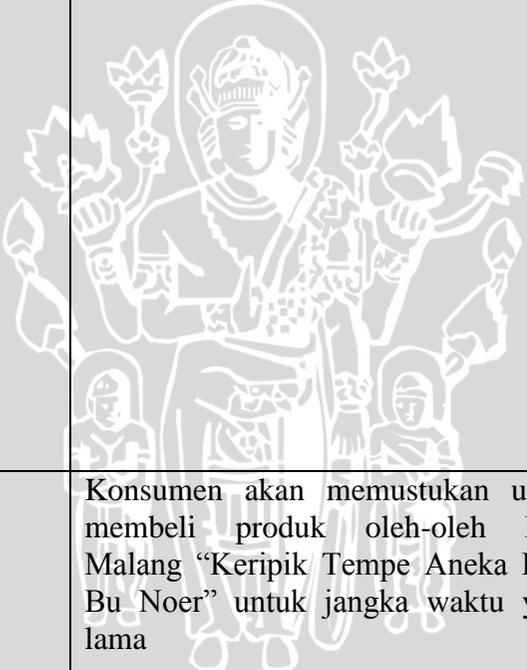
Tabel 3. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				<p>2= Saya tidak setuju bahwa produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa” menyediakan kebutuhan saya.</p> <p>1= Saya sangat tidak setuju bahwa produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa” menyediakan kebutuhan saya.</p>
	Pencarian Informasi	Pencarian Informasi	Konsumen akan melakukan pencarian informasi secara lengkap melalui internet untuk membeli produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa”	<p>4= Saya sangat mencari informasi secara lengkap melalui internet untuk membeli produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa”.</p> <p>3= Saya mencari informasi melalui internet untuk membeli produk oleh-oleh khas “Keripik Tempe Aneka Rasa”.</p> <p>2= Saya tidak mencari informasi secara lengkap melalui internet untuk membeli produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa”.</p> <p>1= Saya sangat tidak mencari informasi secara lengkap melalui internet untuk membeli produk oleh-oleh</p>

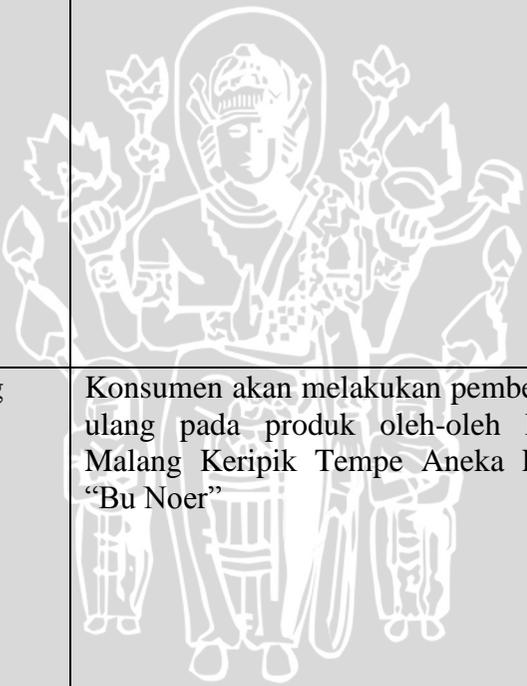
Tabel 3. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				<p> khas Malang “Keripik Tempe.</p>
	<p>Evaluasi Alternatif</p>	<p>Alternatif Produk</p>	<p>Produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa” menjadi alternatif pilihan konsumen dalam mencari oleh-oleh</p> 	<p>4=Saya sangat setuju bahwa produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa” menjadi alternatif pilihan saya dalam mencari oleh-oleh.</p> <p>3=Saya setuju bahwa produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa” menjadi alternatif pilihan saya dalam mencari oleh-oleh.</p> <p>2=Saya tidak setuju bahwa produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa” menjadi alternatif pilihan saya dalam mencari oleh-oleh.</p> <p>1=Saya sangat tidak setuju bahwa produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa” menjadi alternatif pilihan saya dalam mencari oleh-oleh.</p>

Tabel 3. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
	Keputusan Membeli	Kepercayaan terhadap Produk	Konsumen akan mempercayai produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer” 	4=Saya sangat setuju dan akan mempercayai produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”. 3=Saya setuju dan akan mempercayai produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”. 2=Saya tidak setuju dan tidak akan mempercayai produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”. 1=Saya sangat tidak setuju dan tidak akan mempercayai produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”.
		Membeli Produk Jangka Lama	Konsumen akan memutuskan untuk membeli produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer” untuk jangka waktu yang lama	4=Saya sangat setuju dan memutuskan untuk membeli produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer” untuk jangka waktu yang lama. 3=Saya setuju dan memutuskan untuk membeli produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer” untuk jangka waktu

Tabel 3. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				<p>yang lama.</p> <p>2= Saya tidak setuju dan tidak akan memutuskan untuk membeli produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer” untuk jangka waktu yang lama.</p> <p>1= Saya sangat tidak setuju dan tidak akan memutuskan untuk membeli produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer” untuk jangka waktu yang lama.</p>
	Perilaku Pasca Pembelian	Pembelian Ulang	Konsumen akan melakukan pembelian ulang pada produk oleh-oleh khas Malang Keripik Tempe Aneka Rasa “Bu Noer”	<p>4= Saya sangat setuju dan akan melakukan pembelian lagi pada produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”.</p> <p>3= Saya setuju dan akan melakukan pembelian lagi pada produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”.</p> <p>2= Saya tidak setuju dan akan melakukan pembelian lagi pada produk oleh-oleh khas Malang</p>

Tabel 3. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				<p>“Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”.</p> <p>1= Saya sangat tidak setuju dan akan melakukan pembelian lagi pada produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”</p>
		<p>Merekomendasikan Produk</p>	<p>Konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”</p>	<p>4= Saya sangat setuju dan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”.</p> <p>3= Saya setuju dan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”.</p> <p>2= Saya tidak setuju dan tidak akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”.</p> <p>1= Saya sangat tidak setuju dan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk oleh-</p>

Tabel 3. Lanjutan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Atribut	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
				oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”.

