

LAMPIRAN D SURAT IZIN RISET



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Gedung Rektorat : Nusa Mandiri Tower Jl. Jatiwaringin Raya No. 2, Jakarta Timur 13620
Telp. (021) 28534471, 28534390 e-mail : rektorat@nusamandiri.ac.id

Nomor : 018/5.01/UNM/WR2/VII/2026

Jakarta, 06 Juli 2026

Perihal : Permohonan Izin Riset

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan
Everydey.id
Jl.Raya Grogol No.81, Limo, Depok 16533
di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan pelaksanaan penyusunan Skripsi mahasiswa Nusa Mandiri, kami bermaksud menyampaikan bahwa mahasiswa kami berikut ini:

No	NIM	Nama	Program Studi	Jenjang	Handphone
1	24220001	Novi Wijayanti	Manajemen	S1	85954635477

Saat ini mahasiswa tersebut sedang menyusun Skripsi dengan judul: "Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Kopi Keliling Everydey di Komplek KAV DKI Cipadak".

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mengajukan permohonan agar mahasiswa kami dapat diberikan kesempatan untuk melakukan riset yang mencakup pengumpulan data, wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner di lingkungan instansi yang Bapak/Ibu pimpin, dengan estimasi waktu pelaksanaan selama 1 (satu) hingga 3 (tiga) bulan

Demikian surat permohonan ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,
Nusa Mandiri
Wakil Rektor II Bidang Non Akademik



Arif Hidayat, S.S., M.Hum



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI
• Jl. Kramat Raya No. 18, Jakarta Pusat
• Jl. Margonda Raya No. 545, Depok

www.nusamandiri.ac.id

LAMPIRAN

LAMPIRAN A BUKTI HASIL PENGECEKAN PLAGIARISME

PENGARUH BRAND IMAGE REVISI 4 TURNITIN.pdf

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.uinsalzu.ac.id	346 words — 1%
2	eprints.upj.ac.id	335 words — 1%
3	repository.ub.ac.id	202 words — 1%
4	digilib.unila.ac.id	201 words — 1%
5	repository.unissula.ac.id	169 words — 1%
6	anangfirmansyahblog.files.wordpress.com	166 words — 1%
7	eskrripsi.usm.ac.id	145 words — 1%
8	Sarsabilah Sarsabilah, Habriyanto Habriyanto, Nova Erliyana. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Vivil Jilbab di Sungai Kambang Jambi", YASIN, 2026	140 words — < 1%
9	repository.umsu.ac.id	140 words — < 1%
10	etheses.uin-malang.ac.id	138 words — < 1%
11	e-journals2.unmul.ac.id	135 words — < 1%
	fekon.umsu.ac.id	

BAB I.docx

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	digilib.yarsi.ac.id	50 words — 1%
2	123oak.com	37 words — 1%
3	Effendi, M. Rokhis Milzam. "Model Kinerja Sdm Berbasis Person Organization Fit dan Iklim Kerja Dimediasi Kepuasan Kerja", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia). 2023	31 words — 1%
4	eprints2.undip.ac.id	24 words — 1%
5	digilib.unkhair.ac.id	23 words — 1%
6	jptam.org	23 words — 1%
7	journal.unnes.ac.id	22 words — 1%
8	foto.bisnis.com	21 words — 1%
9	repository.usbytkp.ac.id	21 words — 1%
10	repo.undiksha.ac.id	20 words — < 1%
11	journal.mediapublikasi.id	19 words — < 1%
	repositori.umrah.ac.id	

BAB II.docx

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	text-id.123dok.com	306 words — 3%
2	repository.uir.ac.id	214 words — 2%
3	repository.ar-raniry.ac.id	158 words — 2%
4	bonder12.blogspot.com	157 words — 2%
5	konsultasiskripsi.com	151 words — 2%
6	ibtpi.peltaindonesia.ac.id	143 words — 2%
7	ejournal.unsa.ac.id	126 words — 1%
8	repository.stedwidayagamalumajang.ac.id	89 words — 1%
9	journal.feb.unmul.ac.id	64 words — 1%
10	docplayer.info	61 words — 1%
11	repository.uinsalzu.ac.id	40 words — < 1%
12	pdfs.semanticscholar.org	38 words — < 1%

Revisi bab 3.docx

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.uinsalzu.ac.id	39 words — 1%
2	penerbitgoodwood.com	29 words — 1%
3	eprints.kwiklangle.ac.id	28 words — 1%
4	repository.radenintan.ac.id	25 words — 1%
5	jurnal.ugj.ac.id	23 words — 1%
6	repo.darmajaya.ac.id	23 words — 1%
7	fatwamul.com	20 words — 1%
8	etheses.uin-malang.ac.id	19 words — 1%
9	repository.unisma.ac.id	19 words — 1%
10	repository.upi.edu	19 words — 1%
11	journal.alinarapress.org	18 words — 1%
12	Dwi Lestari, Idham Lakoni, Verry Puspita. "Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi dengan	17 words — 1%

BAB 4 (1).docx

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	eprints.upj.ac.id	217 words — 2%
2	repository.uinsu.ac.id	132 words — 1%
3	repository.ub.ac.id	110 words — 1%
4	Devind Agnanta Fahrez, Rian Pramana Suwanda, Umar Burhan. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Gaya Plafon Lamongan", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026	76 words — 1%
5	digilib.unila.ac.id	74 words — 1%
6	e-journals2.unmul.ac.id	57 words — 1%
7	repository.unbrah.ac.id	57 words — 1%
8	litar.untar.ac.id	56 words — 1%
9	jurnal.unpand.ac.id	50 words — < 1%
10	digilib.uinsby.ac.id	49 words — < 1%
11	digilib.uinkhas.ac.id	44 words — < 1%

BAB 5.docx

ORIGINALITY REPORT

24%

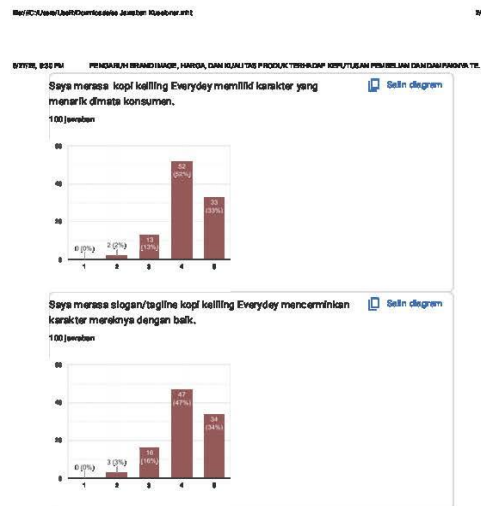
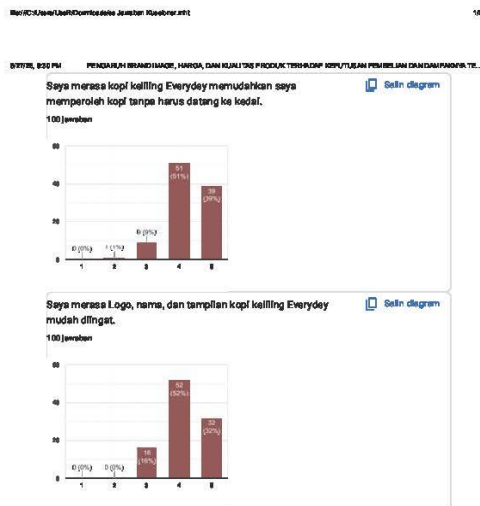
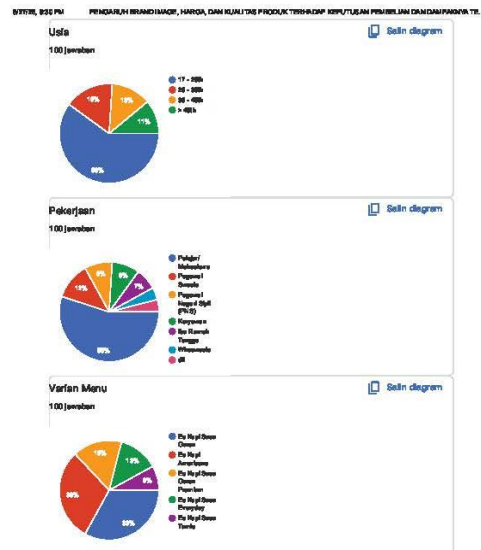
SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	prosiding.unipma.ac.id	32 words — 6%
2	rayyanjurnal.com	23 words — 4%
3	core.ac.uk	15 words — 3%
4	eco.ojs.co.id	15 words — 3%
5	Fahri Abu Hasan, Muzakir Muzakir, Wahyuningsih Wahyuningsih, Hesti Evrianti. "Influencer Marketing and Product Quality Shaping Customer Satisfaction via Purchase Decisions", Indonesian Journal of Innovation Studies, 2025	12 words — 2%
6	journalipm2kpe.or.id	12 words — 2%
7	lib.unnes.ac.id	12 words — 2%
8	id.123dok.com	11 words — 2%

EXCLUDE QUOTES
EXCLUDE BIBLIOGRAPHYON
ONEXCLUDE SOURCES
EXCLUDE MATCHESOFF
+11 WORDSUNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

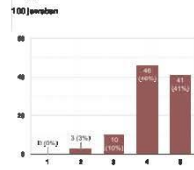
LAMPIRAN E FORM KUESIONER/DATASET



Sumber: google form <https://forms.gle/wpNAoeZxwChofE7w7>, Kuesioner 100 Responden

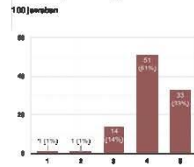
Saya merasa kru kopi kealling Everyday melayani konsumen dengan ramah dan komunikatif

[Setel diagram](#)



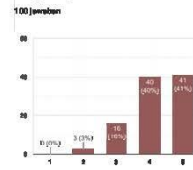
Saya merasa kualitas produk kopi kealling Everyday everyday konsisten pada setiap pembelian.

[Setel diagram](#)



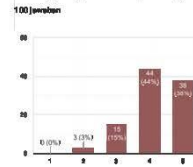
Saya merasa varitas menu yang ditawarkan kopi kealling Everyday cukup beragam untuk memenuhi kebutuhan saya.

[Setel diagram](#)



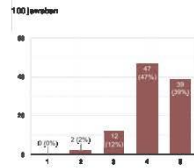
Saya merasa Harga produk kopi kealling Everyday mampu bersaing dengan merek kopi kealling lain.

[Setel diagram](#)



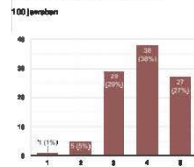
Saya merasa lokasi kru kopi kealling Everyday berjalan mudah ditemukan dan dijangkau oleh konsumen.

[Setel diagram](#)



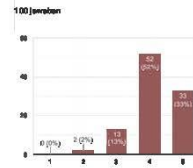
Ketika saya ingin membeli kopi kealling Everyday, yang pertama kali saya ingat adalah everyday.

[Setel diagram](#)



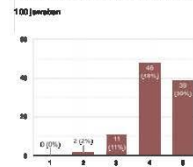
Saya merasa kopi kealling Everyday memiliki ciri khas rasa tersendiri yang membedakan dari merek kopi kealling lainnya.

[Setel diagram](#)



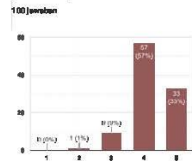
Saya tertarik membeli kopi kealling Everyday karena banyak orang di sekitar saya yang juga membeli atau mengonsumsinya.

[Setel diagram](#)

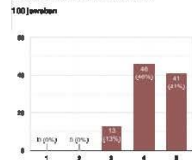


Sumber: google form <https://forms.gle/wpNAoeZxwChofE7w7>, Kuesioner 100 Responden

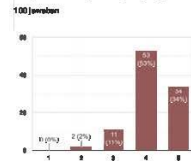
Saya merasa kopi keelling Everyday sesuai dengan selera dan preferensi saya.



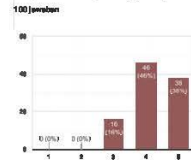
Saya merasa harga produk kopi keelling Everyday terjangkau bagi berbagai kalangan konsumen.



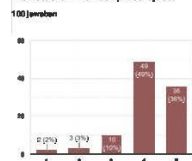
Saya merasa harga yang ditetapkan kopi keelling Everyday sesuai dengan kualitas produk yang saya terima.



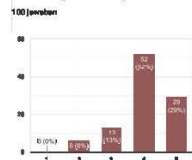
Saya merasa harga produk kopi keelling Everyday mampu bersaing dengan merek kopi keelling lainnya.



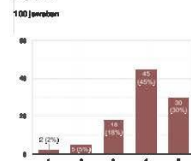
Harga menjadi salah satu pertimbangan utama saya sebelum memutuskan membeli produk/jasa.



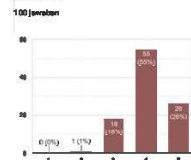
Saya merasa, Rasa dan tingkat kemanisan kopi keelling Everyday sesuai dengan selera saya.



Saya merasa kopi keelling Everyday memiliki aroma yang khas dan menarik.



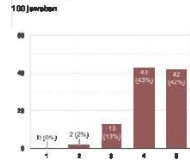
Saya merasa tekstur dan komposisi dalam kopi keelling Everyday konsisten.



Sumber: google form <https://forms.gle/wpNAoeZxwChofE7w7>, Kuesioner 100 Responden

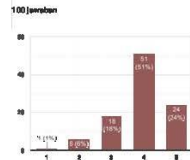
Saya merasa kopi keliling Everyday menjaga kebersihan dan higienitas dengan baik.

[Salin diagram](#)



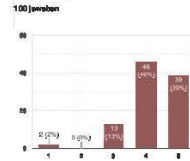
Saya merasa penampilan kemasan kopi keliling Everyday menarik.

[Salin diagram](#)



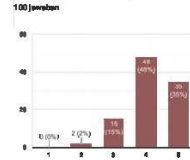
Saya merasa rasa, kesegaran, dan kualitas kopi keliling Everyday terjaga dengan baik.

[Salin diagram](#)



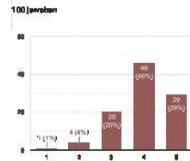
Saya merasa kopi keliling Everyday konsisten dengan rasa, ukuran gelas, tingkat kemanisan, dan kualitas sesuai harapan konsumen.

[Salin diagram](#)



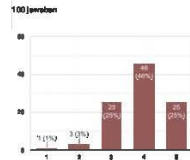
Saya merasa kopi keliling Everyday menyediakan variasi menu yang menarik.

[Salin diagram](#)



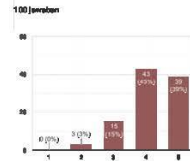
Saya merasa kualitas desain kemasan kopi keliling Everyday menarik.

[Salin diagram](#)



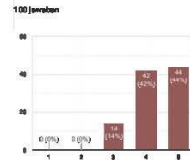
Secara keseluruhan saya percaya kualitas kopi yang dijual kopi keliling Everyday akan memuaskan.

[Salin diagram](#)



Saya merasa membeli kopi di kopi keliling Everyday cepat tanpa harus menunggu lama.

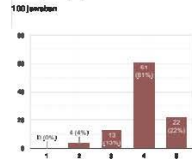
[Salin diagram](#)



Sumber: google form <https://forms.gle/wpNAoeZxwChofE7w7>, Kuesioner 100 Responden

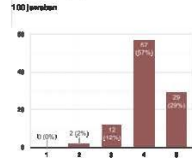
Saya tidak ragu-ragu ketika memutuskan membeli kopi di kopi kalling Everyday.

[Salin diagram](#)



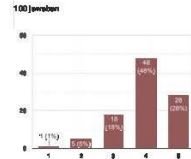
Saya percaya diri dengan pilihan saya membeli kopi di kopi kalling Everyday.

[Salin diagram](#)



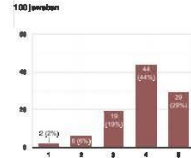
Saya mempertimbangkan berbagai alternatif menu kopi sebelum memutuskan untuk membeli menu.

[Salin diagram](#)



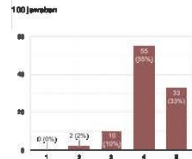
Saya memilih kopi kalling Everyday karena mereknya/namanya sudah dikenal.

[Salin diagram](#)



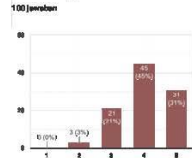
Saya memilih membeli kopi di Kopi kalling Everyday karena lokasinya strategis dan mudah dijangkau.

[Salin diagram](#)



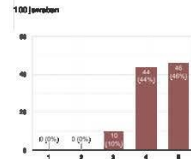
Saya membeli kopi di kopi kalling Everyday pada waktu-waktu tertentu sesuai kebutuhan saya (misalnya pagi hari atau saat istirahat kerja).

[Salin diagram](#)



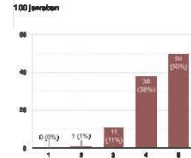
Saya membeli kopi di kopi kalling Everyday dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan saya saat itu.

[Salin diagram](#)



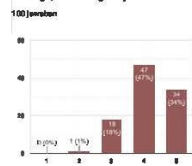
Saya dapat membayar dengan metode yang saya inginkan (tunai atau QRIS).

[Salin diagram](#)

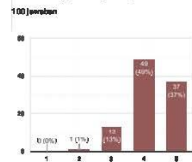


Sumber: google form <https://forms.gle/wpNAoeZxwChofE7w7>, Kuesioner 100 Responden

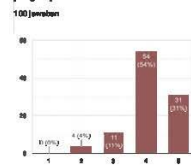
Saya akan merekomendasikan kopi kailling ini kepada teman, keluarga, atau kolega saya.



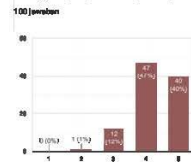
Saya merasa puas dengan kualitas kopi Everyday yang saya beli, sesuai dengan harapan saya.



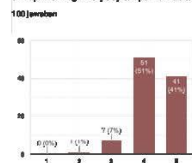
Saya merasa harga yang saya bayar sesuai dengan kualitas kopi yang saya terima.



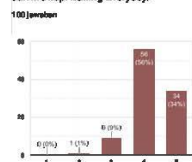
Saya merasa puas dengan sikap ramah dan responss kru kopi kailling Everyday saat melayani saya.



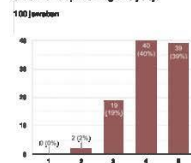
Saya merasa puas karena mudah menemukan dan membeli kopi di kopi kailling Everyday tanpa hambatan.



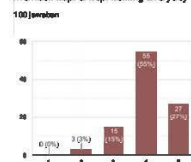
Saya merasa puas dengan komunikasi yang terjalin antara saya dan kru kopi kailling Everyday.



Saya merasa puas dengan promosi atau penawaran khusus yang diberikan kopi kailling Everyday.



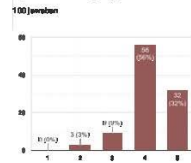
Saya merasa puas dan senang secara personal setiap kali membeli kopi di kopi kailling Everyday



Sumber: google form <https://forms.gle/wpNAoeZxwChofE7w7>, Kuesioner 100 Responden

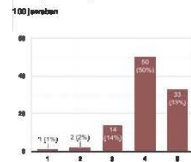
Saya merasa puas karena kopi kailling Everyday memperhatikan aspek keamanan pangan

[Selain diagram](#)



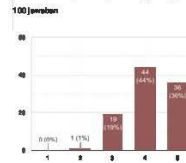
Saya merasa puas karena tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan kopi setelah memesan.

[Selain diagram](#)



Saya merasa lebih puas membeli kopi di kopi kailling Everyday jika dibandingkan kopi kailling lain yang pernah saya coba.

[Selain diagram](#)

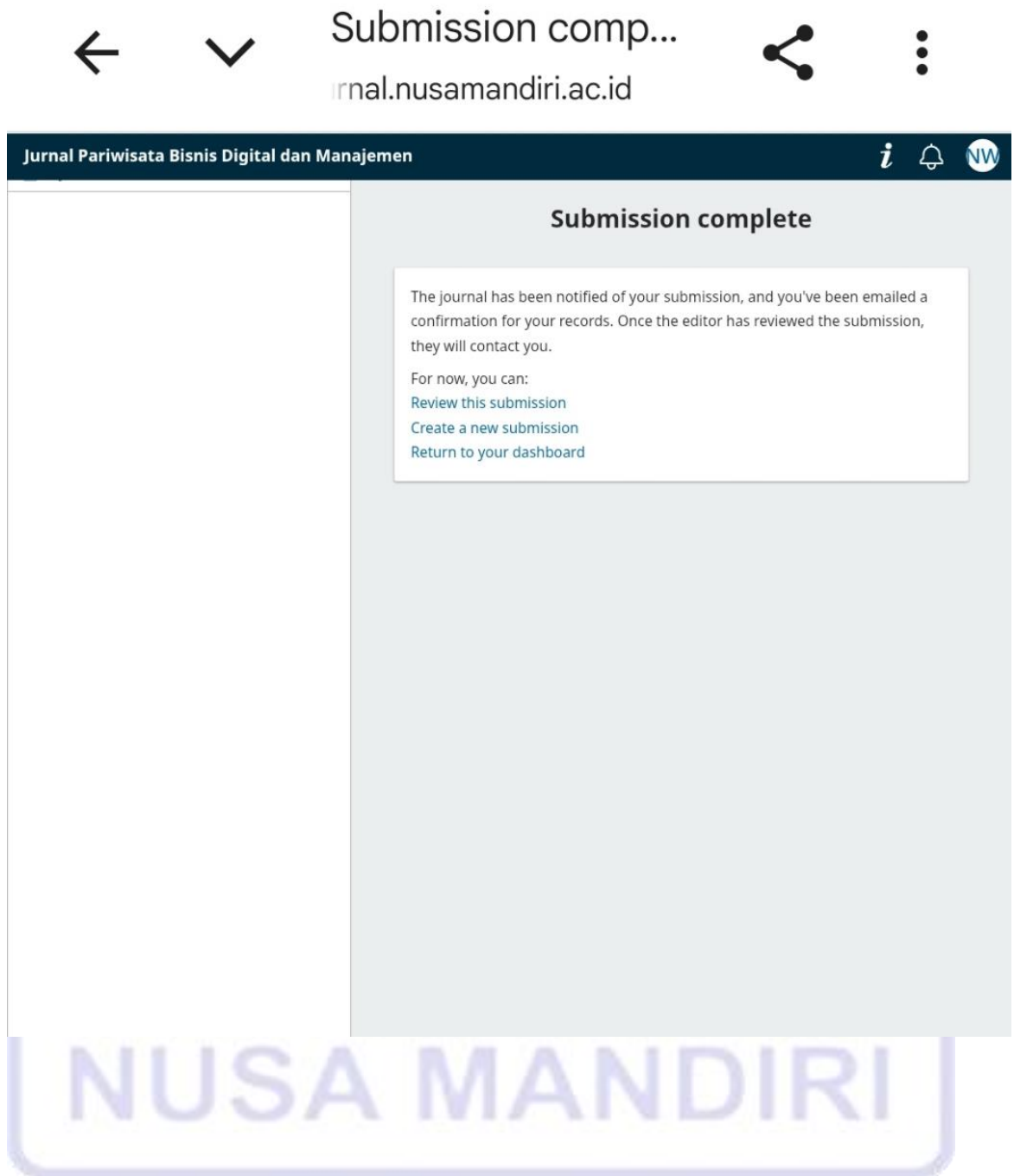


Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google - [Hubungi pemilik formulir](#) - [Dapatkan Layanan Bantuan](#) - [Keamanan Privasi](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir

LAMPIRAN B BUKTI SUBMIT/PUBLISH ARTIKEL ILMIAH



LAMPIRAN C SURAT KETERANGAN RISET



PT EVERYDEY SETIAP HARI

Address: Jl. Raya Grogol No. 81,
Kelurahan Grogol, Kecamatan Limo,
Kota Depok, Kode Pos 16533.

Telp: +62 812-1082-8720

Email: everyday.id@gmail.com

Website: www.everyday.id

SURAT KETERANGAN RISET

Nomor: 028/ESH/SKR/VII/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Teni Yolanda
Jabatan : Head of Operation @CEO Office Everyday Coffee
Perusahaan : PT Everyday Setiap Hari (Everyday.id)

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Novi Wijayanti
NIM : 24220001
Program Studi : Manajemen Bisnis
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Universitas Nusa Mandiri

Telah melaksanakan kegiatan riset/penelitian di Everyday.id dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul:

**"PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI
KELILING EVERYDEY DI KOMPLEKS KAV DKI, CIPEDAK"**

Selama pelaksanaan penelitian, yang bersangkutan telah memperoleh data dan informasi sesuai dengan kebutuhan penelitian serta ketentuan yang berlaku di perusahaan.

Surat keterangan ini diterbitkan sebagai bukti bahwa yang bersangkutan telah melaksanakan kegiatan riset di perusahaan kami dan dapat digunakan sebagai salah satu persyaratan administrasi dalam penyusunan skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28 Juli 2026

Hormat kami,

PT Everyday Setiap Hari

