

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Echdar, Saban. 2017. *“Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis”*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Elisabeth tambunan, 2019. *“Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Farmasi Pada Kosmetik Wardah Di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan”*. *Jurnal Ilmiah “INTEGRITAS” Vol.5 No.1 Januari 2019*, Di akses pada 12 oktober 2019.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode penelitian Manajemen : “Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tensis, dan disertai Ilmu Manajemen”*. Edisi II, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Khoiriatun Nafilah, 2019. *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Yang Mengonsumsi Mie Instan)”*. *e-Jurnal Riset Manajemen*. Di akses pada 12 oktober 2019.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- _____. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- _____. dan Gary Armstrong, 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 2*, Edisi ke-8 Jakarta : Erlangga
- _____. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi ke-9, Jilid I, Jakarta Indeks.

- _____. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid I, Jakarta Erlangga.
- _____. dan Keller, 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. *Global Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler & Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 , Jilid 1 Jakarta.
- Lipsey, Richard, G. Dan Steiner, Peter O. 1991. *Pengantar Ilmu Ekonomi I* Edisi ke-6.
- Rahmad Rizki, 2018. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Konsumen Matahari Departement Store Mall Ska Pekan baru)". *JOM FISIP Vol.5 : Edisi Januari 2018*. Di akses pada 10 oktober 2019.
- Ruri Putri Utami dan Hendra Saputra, 2017. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan". *Jurnal Niagawan vol 6 No 2 oktober 2017*. Di akses pada 11 oktober 2019.
- Sari ismayana dan Nur hayati, 2018."Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy (Studi Pada Konsumen Produk Lipstik Pixy Toserba Borma Cipadung)". *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi Vol X No.2/November/2018*. Di akses pada 11 oktober 2019.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta.
- _____. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung :Alfabeta.
- _____. 2009. *Metode penelitian Bisnis (Pendekatan Kantitatif, kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.

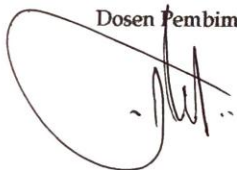
_____. 2010. *Metode penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
Bandung : Alfabeta.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini di setujui oleh dosen pembimbing dan layak
untuk di uji :

Tanggal : 28 juli 2020

Dosen Pembimbing,



Drs. Sugijanto, M.Ak.
NIP : 0501487/DY

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Trisiya Martiyasari
NIM : 161500120
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Emina Cosmetics Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.
(Studi Pada Siswi Pengguna Produk Emina Cosmetics di MTsN 2 Surabaya)
Tanggal Ujian Skripsi : 28 Juli 2020
Dosen Penguji : 1.Drs. H Teguh Purwanto, M.M.
2. Aristha Purwanthari Sawitri, S.E., M.A.

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
			Penguji I	Penguji II
1	31 Agustus 2020	Latar Belakang		
2	31 Agustus 2020	Sumber Data		
3	31 Agustus 2020	Teknik Analisis Data		
4	31 Agustus 2020	Pembahasan		
5	31 Agustus 2020	Daftar Pustaka		
6	31 Agustus 2020	Hasil Analisis		
7	31 Agustus 2020	Simpulan		
8	31 Agustus 2020	Saran		

Tanggal selesai bimbingan revisi : 31 Agustus 2020

Surabaya, 01 September 2020

Dosen Penguji I



Drs. H Teguh Purwanto, M.M.
NIP: 19601222.1999003.1.001

Dosen Penguji II



Aristha Purwanthari Sawitri, S.E., M.A.
NPP: 1507729/DY



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax 031-8281163 Surabaya 60214
Website <http://www.fe.unipgri.ac.id>

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL, SKRIPSI

Pada hari ini kamis tanggal 23 Januari 2020 bertempat di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap *) Tahun Akademik 2019/2020

Nama Mahasiswa	: Trisiya MartiyaSari
NIM	: 161500120
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPERTUNGAN PEMBELIAN EMINA COSMETICS DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING" (Studi Pada Siswi Pengguna Produk Emina Cosmetics di MTsN 2 Surabaya)

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	161600016	Yuni Apriliani	[Signature]
2	161600212	Mel Gifa R.M.	[Signature]
3	161600018	Anur Rizki Putri Sunargo	[Signature]
4	161600036	Siti Aisyah	[Signature]
5	161600069	Ela Nur Safitri	[Signature]
6	161500105	Nhanda nur Iksani	[Signature]
7	161500182	Handika nur m.a	[Signature]
8	161500063	Sobibbaturrohmah	[Signature]
9	161500151	Arnia Suryanah	[Signature]
10	161500259	Nanda Mita Faradilla	[Signature]
11	161500122	Lusy Pitria Satra Kusila	[Signature]
12	161500152	Reza Ardiansyah	[Signature]
13	161600073	Silvia Lamadhani	[Signature]
14	161600034	Egrianti Prihatining	[Signature]
15	161600021	Suzma Goda Rama	[Signature]

Surabaya, 23 Januari 2020

Penguji : Drs. Sigit Prihatin, M.Hum., SE, MM
Pembimbing : Drs. Sugyanto, M.Ak ()

KUESIONER

Kuesioner penelitian ini disusun dengan maksud untuk pencarian data penelitian skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERESEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN EMINA COSMETICS DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.”** (*Studi Pada Siswa Pengguna Produk Emina Cosmetics di MTsN 2 Surabaya*) yang disusun oleh Trisiya Martiyasari, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas PGRI Adibuana Surabaya.

Oleh karena itu, mohon kesediaan anda untuk mengisi dengan sebenar-benarnya pertanyaan dalam kuesioner ini.

PERTANYAAN VERIVIKASI

Berilah tanda *checklist* (✓) pada jawaban sesuai dengan keadaan.

1. Sudah pernah membeli produk Emina *cosmetics*

Pernah

Tidak Pernah

2. Sudah pernah menggunakan produk dari Emina *cosmetics*

Pernah

Tidak Pernah

PERTANYAAN BAGIAN I

Berilah keterangan mengenai profil dan tanda *checklist* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan.

1. Nama :

2. Usia :

3. Uang saku perbulan :

< Rp. 300.000

Rp. 300.000 – Rp. 450.000

Rp. 450.000 – Rp. 600.000

> Rp. 600.000

PERNYATAAN BAGIAN II

Berilah tanda *checklist* (\surd) pada skor jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan keadaan untuk masing-masing item pertanyaan.

Keterangan :

(SS) Sangat Setuju

(TS) Tidak Setuju

(S) Setuju

(STS) Sangat Tidak Setuju

(RR) Ragu-Ragu

Variabel Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Produk Emina Cosmetics bermanfaat untuk saya					
2	Hasil Produk Emina cocok dengan tubuh saya					
3	Produk Emina Lebih menarik dibandingkan					

	dengan Produk lainnya					
4	Produk Emina Menjual produk yang dijamin kualitasnya					
5	saya merasa Produk Emina Cosmetics dapat memberikan kenyamanan pada saat dipakai					
6	Saya Merasa Produk Emina Cosmetics Tidak Mudah Rusak					
7	Saya merasa Produk Emina Cosmetics Inovatif					

Variabel Harga (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga Produk Emina Cosmetics sesuai dengan Kualitasnya					

2	Harga Produk Emina Cosmetics memenuhi harapan saya					
3	Semua pelanggan diperlakukan sama dengan harga Produk Emina Cosmetics					
4	Harga Produk Emina Cosmetics jelas dan dapat dimengerti					
5	Informasi harga dapat dimengerti dan dipahami					
6	Informasi harga lengkap, benar dan jujur					
7	Saya diberitahu tentang harga Produk Emina Cosmetics					

Variabel Minat Beli (Y_1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Saya bersedia merekomendasikan Produk Emina Cosmetics kepada orang lain					
2	Saya memilih Produk Emina Cosmetics dalam memenuhi kebutuhan saya akan Cosmetics					
3	Saya menanyakan informasi Produk Emina Cosmetics kepada orang yang sudah menggunakannya					
4	saya tertarik untuk membeli Produk Emina Cosmetics karena tersedia banyak produk					
5	Saya mencari informasi mengenai produk Emina Cosmetics yang saya minati					

Variabel Keputusan Pembelian (Y_2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian Produk Emina Cosmetics karena produknya bagus					
2	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian Produk Emina Cosmetics karena terdapat berbagai macam pilihan produk yang tersedia					
3	Saya memutuskan melakukan pembelian Produk Emina Cosmetics karena semakin banyak pembelian maka akan semakin banyak diskon yang diberikan.					
4	Saya memutuskan melakukan Pembelian Produk Emina Cosmetics					

	Karena kemudahan mendapatkan produk tersebut.					
5	Saya memutuskan melakukan pembelian Produk Emina Cosmetics karena menyediakan berbagai macam metode pembayaran yang mudah.					

Output Spss

Uji Frekuensi

X1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-Ragu	18	18.0	18.0	20.0
	Setuju	43	43.0	43.0	63.0
	Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-Ragu	17	17.0	17.0	19.0
	Setuju	48	48.0	48.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-Ragu	21	21.0	21.0	23.0
	Setuju	38	38.0	38.0	61.0
	Sangat Setuju	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-Ragu	17	17.0	17.0	19.0
	Setuju	45	45.0	45.0	64.0
	Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-Ragu	17	17.0	17.0	19.0
	Setuju	52	52.0	52.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Ragu-Ragu	17	17.0	17.0	21.0
	Setuju	47	47.0	47.0	68.0
	Sangat Setuju	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Ragu-Ragu	18	18.0	18.0	22.0
	Setuju	51	51.0	51.0	73.0
	Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Ragu-Ragu	9	9.0	9.0	13.0
	Setuju	47	47.0	47.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Ragu-Ragu	12	12.0	12.0	16.0

	Setuju	51	51.0	51.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	mulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Ragu-Ragu	10	10.0	10.0	16.0
	Setuju	44	44.0	44.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	mulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Ragu-Ragu	12	12.0	12.0	16.0

	Setuju	55	55.0	55.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Ragu-Ragu	20	20.0	20.0	25.0
	Setuju	42	42.0	42.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Ragu-Ragu	15	15.0	15.0	19.0
	Setuju	44	44.0	44.0	63.0
	Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Ragu-Ragu	11	11.0	11.0	15.0
	Setuju	43	43.0	43.0	58.0
	Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Ragu-Ragu	14	14.0	14.0	19.0
	Setuju	45	45.0	45.0	64.0
	Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Ragu-Ragu	12	12.0	12.0	18.0
	Setuju	42	42.0	42.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Ragu-Ragu	12	12.0	12.0	18.0
	Setuju	46	46.0	46.0	64.0
	Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y1_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Ragu-Ragu	13	13.0	13.0	18.0

	Setuju	47	47.0	47.0	65.0
	Sangat Setuju	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Ragu-Ragu	14	14.0	14.0	18.0
	Setuju	46	46.0	46.0	64.0
	Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-Ragu	12	12.0	12.0	13.0

	Setuju	45	45.0	45.0	58.0
	Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-Ragu	10	10.0	10.0	11.0
	Setuju	51	51.0	51.0	62.0
	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-Ragu	16	16.0	16.0	18.0
	Setuju	52	52.0	52.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-Ragu	18	18.0	18.0	19.0
	Setuju	54	54.0	54.0	73.0
	Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	15	15.0	15.0	15.0
	Setuju	46	46.0	46.0	61.0
	Sangat Setuju	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Karakteristik responden

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	22	22.0	22.0	22.0
	Perempuan	78	78.0	78.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Validitas

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	Kualitas Produk
X1_1	Pearson Correlation	1	.788**	.788**	.565**	.611**	.526**	.474**	.831**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_2	Pearson Correlation	.788**	1	.725**	.576**	.529**	.516**	.509**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_3	Pearson Correlation	.788**	.725**	1	.592**	.689**	.537**	.470**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_4	Pearson Correlation	.565**	.576**	.592**	1	.782**	.681**	.632**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_5	Pearson Correlation	.611**	.529**	.689**	.782**	1	.672**	.612**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_6	Pearson Correlation	.526**	.516**	.537**	.681**	.672**	1	.589**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_7	Pearson Correlation	.474**	.509**	.470**	.632**	.612**	.589**	1	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.831**	.811**	.841**	.843**	.853**	.792**	.749**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	Persepsi Harga
X2_1	Pearson Correlation	1	.840**	.782**	.776**	.596**	.713**	.514**	.879**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_2	Pearson Correlation	.840**	1	.782**	.725**	.648**	.690**	.553**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_3	Pearson Correlation	.782**	.782**	1	.656**	.508**	.621**	.445**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_4	Pearson Correlation	.776**	.725**	.656**	1	.668**	.685**	.550**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_5	Pearson Correlation	.596**	.648**	.508**	.668**	1	.787**	.738**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_6	Pearson Correlation	.713**	.690**	.621**	.685**	.787**	1	.737**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_7	Pearson Correlation	.514**	.553**	.445**	.550**	.738**	.737**	1	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Persepsi Harga	Pearson Correlation	.879**	.883**	.811**	.851**	.839**	.886**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Y1_5	Minat Beli
Y1_1	Pearson Correlation	1	.762**	.741**	.734**	.639**	.890**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1_2	Pearson Correlation	.762**	1	.723**	.673**	.624**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1_3	Pearson Correlation	.741**	.723**	1	.723**	.689**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1_4	Pearson Correlation	.734**	.673**	.723**	1	.694**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1_5	Pearson Correlation	.639**	.624**	.689**	.694**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Minat Beli	Pearson Correlation	.890**	.871**	.890**	.876**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Y2_1	Y2_2	Y2_3	Y2_4	Y2_5	Keputusan Pembelian
Y2_1	Pearson Correlation	1	.708**	.663**	.731**	.494**	.853**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2_2	Pearson Correlation	.708**	1	.662**	.708**	.616**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2_3	Pearson Correlation	.663**	.662**	1	.716**	.546**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2_4	Pearson Correlation	.731**	.708**	.716**	1	.565**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2_5	Pearson Correlation	.494**	.616**	.546**	.565**	1	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.853**	.872**	.853**	.881**	.761**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	7

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	7

Y1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	5

Y2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	5

UJI ASUMSI KLASIK, REGRESI LINEAR BERGANDA UJI T, UJI F, KOEFISIEN DETERMINASI
SUBSTRUKTUR 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.408 ^a	.167	.150	3.347	1.714

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat Beli

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	217.491	2	108.745	9.705	.000 ^b
	Residual	1086.949	97	11.206		
	Total	1304.440	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients			Beta	Tolerance
1	(Constant)	9.061	2.697		3.360	.001		
	Kualitas Produk	.169	.078	.208	2.170	.032	.939	1.065
	Harga	.232	.073	.304	3.179	.002	.939	1.065

a. Dependent Variable: Minat Beli

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

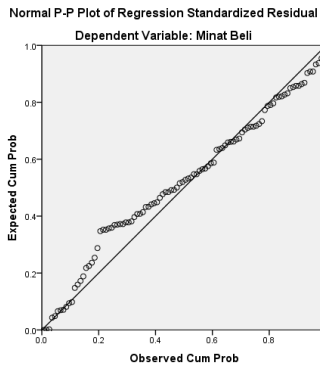
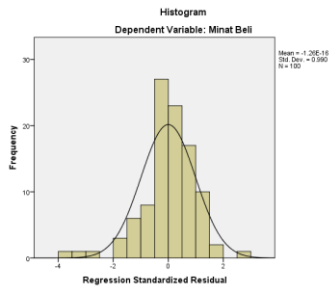
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.93754568	
Most Extreme Differences	Absolute	.117	
	Positive	.085	
	Negative	-.117	
Test Statistic		.117	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.080 ^d	
	95% Confidence Interval	Lower Bound	.027
		Upper Bound	.133

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 100 sampled tables with starting seed 1335104164.



Glejer

Model		Sig.
1	(Constant)	.009
	Kualitas Produk	.072
	Harga	.728

Susbstruktur 2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.546 ^a	.298	.276	2.526	1.705

a. Predictors: (Constant), Minat Beli, Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	260.445	3	86.815	13.611	.000 ^b
	Residual	612.305	96	6.378		

Total	872.750	99			
-------	---------	----	--	--	--

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Minat Beli, Kualitas Produk, Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.692	2.150		3.578	.001		
	Kualitas Produk	.121	.060	.181	2.003	.048	.895	1.117
	Harga	.210	.058	.337	3.630	.000	.850	1.176
	Minat Beli	.179	.077	.218	2.333	.022	.833	1.200

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Glejer

Model		Sig.
1	(Constant)	.000
	Kualitas Produk	.847
	Persepsi Harga	.123
	Minat Beli	.059

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.48694658	
Most Extreme Differences	Absolute	.055	
	Positive	.055	
	Negative	-.050	
Test Statistic		.055	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.900 ^e	
	95% Confidence Interval	Lower Bound	.841
		Upper Bound	.959

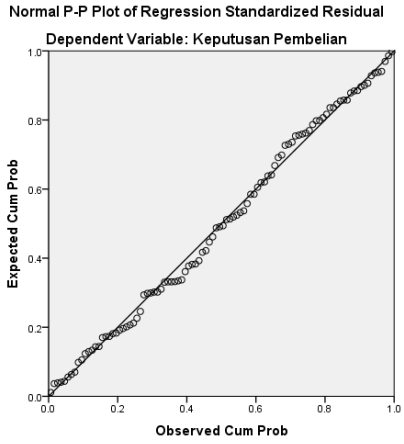
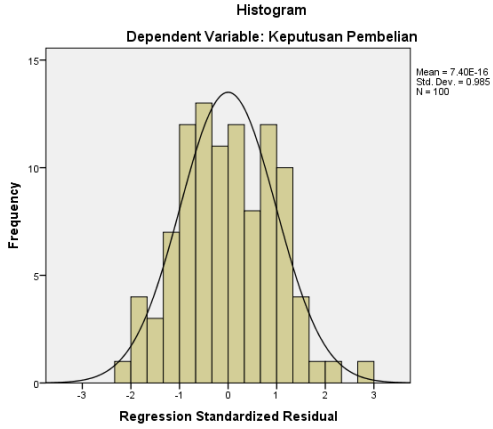
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Based on 100 sampled tables with starting seed 2000000.



Respondem_59	4	4	4	4	4	3	4	27	4
Respondem_60	3	4	4	4	4	3	4	26	5
Respondem_61	3	3	3	4	4	4	3	24	5
Respondem_62	3	4	4	4	4	3	4	26	3
Respondem_63	4	4	4	4	3	4	3	26	4
Respondem_64	3	3	3	4	4	4	4	25	4
Respondem_65	4	4	4	3	3	4	4	26	3
Respondem_66	3	4	3	4	4	3	3	24	4
Respondem_67	3	3	3	3	3	4	4	23	4
Respondem_68	3	3	3	4	4	4	4	25	4
Respondem_69	4	4	4	4	4	4	4	28	4
Respondem_70	3	4	3	4	4	4	4	26	4
Respondem_71	4	4	4	5	4	4	4	29	4
Respondem_72	5	5	5	4	4	4	4	31	2
Respondem_73	4	4	3	5	5	5	5	31	4
Respondem_74	4	4	4	3	4	3	4	26	4
Respondem_75	5	5	4	4	4	4	4	30	5
Respondem_76	5	4	5	3	4	4	3	28	5
Respondem_77	5	4	5	4	4	3	3	28	4
Respondem_78	4	5	4	4	3	4	3	27	4
Respondem_79	4	4	4	5	5	5	5	32	5
Respondem_80	5	4	4	3	3	3	3	25	5
Respondem_81	5	5	4	4	4	4	4	30	4
Respondem_82	5	4	5	5	5	5	5	34	5
Respondem_83	5	4	5	5	5	5	5	34	4
Respondem_84	4	4	5	5	4	4	5	31	4
Respondem_85	4	5	5	4	4	5	4	31	4
Respondem_86	5	5	4	4	4	4	5	31	4
Respondem_87	4	5	4	5	4	4	5	31	4
Respondem_88	4	4	5	4	4	5	4	30	5

Respondem_89	4	5	4	4	4	5	5	31	4
Respondem_90	4	5	5	5	5	4	5	33	5
Respondem_91	5	5	5	5	5	5	4	34	5
Respondem_92	5	4	4	4	4	5	4	30	5
Respondem_93	4	5	5	4	4	5	4	31	4
Respondem_94	4	4	5	4	5	4	5	31	2
Respondem_95	4	4	5	5	5	5	5	33	4
Respondem_96	4	3	4	5	5	4	4	29	5
Respondem_97	5	4	5	4	4	4	4	30	3
Respondem_98	5	4	5	4	4	4	5	31	4
Respondem_99	5	5	5	5	4	4	4	32	4
Respondem_100	5	4	4	5	5	5	5	33	5