

## DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah (2016) Melakukan Penelitian Dengan Judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda” Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Aksara.
- Anton Mulyono Aziz dan Maya Irjayanti, 2014, Manajemen pemasaran . Bandung, Mardika Group.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta :Rajawali Pers.
- Buchari Alma. 2015. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi: Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Hair, dan McDaniel. 2001. *Pemasaran Buku 2* . Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik*, UI Press, Jakarta.
- Mohamad Yusuf Dana Mukti (2015) melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap

Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mebel Cv Jati Endah Lodoyo Blitar).

Nasir, M. 2014. *Metodologi Penelitian*, Edisi Kelima, JAKARTA, Grafika Industri

Notoatmodjo, Soekidjo. 2014. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Rineka Cipta

Philip Kotler, 2010, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga Jilid 2.

Singgih Santoso. 2010. *Menguasai Statistik di Era Informasi Dengan SPSS 14*. Jakarta : PT. ELEX Media Komputindo.

Sugiyono. 2017. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D". Bandung: Alfabeta

Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Swastha, Basu. 2010. *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*, BPFE-Yogyakarta.

Syofian Siregar. 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* Ed. 1, Cet. 2. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Tersiana, Andra. 2018. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Start Up.

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal :

Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and curves, positioned below the name of the supervisor.

Drs. Subakir., M.M  
NIP/NPP : 8607129 / DY



## UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI


Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Desi Putri Utami  
 2. NIM : 151500156  
 3. Program Studi : Manajemen  
 4. Tanggal Mengajukan Skripsi : 11-03-2019  
 5. Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Transaksi Pembayaran I-saku Ditoko Indomaret Cipta Menanggal Surabaya  
 6. Dosen Pembimbing : Drs. Subakir, M.M  
 7. Konsultasi :

No	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian Kegiatan
1	11-03-2019		ACC Judul
2	08-05-2019		Pengajuan BAB I (Revisi)
3	16-05-2019		ACC BAB I
4	21-05-2019		Pengajuan BAB II (Revisi)
5	24-05-2019		ACC BAB II
6	31-05-2019		Pengajuan BAB III (Revisi)
7	17-06-2019		ACC BAB III
8	18-06-2019		Bimbingan Kuisisioner
9	18-06-2019		ACC Kuisisioner
10	21-06-2019		Seminar Proposal Penelitian
11	09-07-2019		Pengajuan BAB IV (Revisi)
12	17-07-2019		ACC BAB IV
13	17-07-2019		Pengajuan BAB V (Revisi)

14	17-07-2019		ACC BAB V
----	------------	---	-----------

8. Tanggal Selesai Menulis Skripsi : 17 - Juli - 2019

9. Telah Di Uji Dengan Nilai :

Surabaya, 17 Juli 2019  
Dosen Pembimbing,



Drs. Subakir, M.M

NIP/NPP : 8607129 / DY



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI**


Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

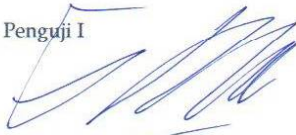
**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Desi Putri Utami  
 NIM : 151500156  
 Program Studi : Manajemen  
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Transaksi Pembayaran I-Saku di Toko Indomaret Cipta Menanggal Surabaya  
 Tanggal Ujian Skripsi : 29 Juli 2019  
 Penguji : 1. Drs. Sigit Prihanto Utomo, S.E., M.M  
 2. Sutama Wisnu Dyatmika, S.E., M.M

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji I	Paraf Penguji II
1	5 Agustus 2019	Penulisan (spasi, dsb)		-
2	5 Agustus 2019	Daftar Pustaka		-
3	6 Agustus 2019	Cek sistematika penulisan	-	
4	6 Agustus 2019	Abstrak terlalu banyak	-	
5	6 Agustus 2019	Cek font size	-	

6	6 Agustus 2019	Jumlah sampel	-	
---	----------------	---------------	---	---

Penguji I



Drs. Sigit Prilitanto Utomo, S.E., M.M  
NPP: 8706188 / DY

Surabaya, 6 Agustus 2019

Penguji II



Sutama Wisnu Dyatmika, S.E., M.M  
NPP : 1507732 / DY

**DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR PROPOSAL  
SKRIPSI**

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap  
Keputusan Pembelian Pada Transaksi Pembayaran I-saku  
Ditoko Indomaret Cipta Menanggal Surabaya**






Nama : Desi Putri Utami

Program Studi/Angkatan : Manajemen/2015

NIM : 151500156

No	NIM	NAMA	TTD
1	151500213	LAILATUL MUFIDAH	
2	151500074	Tita Rizky A	
3	15-150-0203	Ade Vici Alwiga	
4	15-160-0080	Nurma Hira H	
5	15-160-0102	Ragil Nur Safitri	
6	15-160-0165	Licha Manana F.	
7	15-160-0101	Rida Widya U.	
8	131600122	Eliyana	
9	151600107	CAROLUS	
10	151600074	FARIDA	
11	151600173	Brian	
12	151600066	muharram	
13	151600139	Rizky	
14	151600009	Febby	
15	151500040	A. Rizki	
16		Hurriqul.H.	
17	151600085	Julinda Prastika P.	
18	151600112	Iraha Hana P.	
19	151500073	Mufti Kusuma Adi	



20	15-150-0216	WAHYU RSKA SETYOSO	
21	15 550 0109	MIFTACHUL JAMAH	
22	15 550 0093	FATIHAHATUZ ZUHRON	
23	15 550 0103	ARISBAENI . P	
24	15 550 0110	IKA NOVITA WAHYU K	
25			
26			
27			
28			
29			
30			

Mengetahui, 21 Juni 2019

Dosen Pembimbing



Drs. Subakir, M.M  
NIP/NPP : 8607129/DY

**MATRIK PENELITIAN**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TRANSAKSI PEMBAYARAN I-SAKU DITOKO INDOMARET CIPTA MENANGGAL**

RUMUSAN MASALAH	VARIABEL DAN INDIKATOR	HIPOTESIS PENELITIAN	POPULASI DAN SAMPEL	METODE PENGUMPULAN DATA	METODE ANALISIS DATA	DAFTAR PUSTAKA
1. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pada Transaksi Pembayaran I-Saku di toko Indomaret Cipta Menangkal?	Variabel Bebas : 1. Kualitas Pelayanan - Bukti Fisik - Keandalan - Ketanggapan - Jaminan - Empati	1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Transaksi Pembayaran I-Saku Ditoko Indomaret Cipta Menangkal.	Populasi : Konsumen indomaret cipta menanggal cabang surabaya  Sampel : Konsumen indomaret cipta menanggal cabang surabaya yang berjumlah 65 orang	Metode pengumpulan menggunakan kuisioner dan dokumentasi	Analisis yang digunakan adalah : - Uji Asumsi Klasik - Regresi Linier Berganda - Uji-t - Uji-F	1. Abdullah, thamrin & Francis tantric .2015. manajemen pemasaran , Penerbit : Rajawali Pers, Jakarta.  2. Assauri, sofan. 2014, Manajemen Pemasaran , Jakarta : Rajawali Pers.
2. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pada Transaksi Pembayaran I-Saku di toko Indomaret Cipta Menangkal?	2. Kualitas Produk - Kualiatas barang. - produk tidak mudah rusak - memiliki umur ekonomis yang lama. - Penampilan produk yang menarik. - Desainnya menarik	2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Transaksi Pembayaran I-Saku Ditoko Indomaret Cipta	Jumlah sampel diperoleh berdasarkan penjumlahan sesuai pendapat ferdinand yaitu jumlah indikator dikalikan nilai 5			
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh						

<p>berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pada Transaksi Pembayaran I-Saku ditoko Indomaret Cipta Menanggal?</p>	<p>produk yang menarik. - Desainnya menarik Variabel terikat : Keputusan Pembelian - Pilihan produk. - Waktu pembelian. - Frekuensi pembelian</p>	<p>signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Transaksi Pembayaran I-Saku Ditoko Indomaret Cipta Menanggal.</p>	<p>s/d 10. Yaitu 13 x 5 = 65 Teknik pengambilan data insidental sampling</p>	<p>3. Ferdinand, Augusty. 2014. <i>Metode Penelitian Manajemen</i>. Edisi 2. BP Universitas Diponegoro. Semarang.</p>
--	---	---	--	---

Surabaya, 8 MEI 2018

Desen Pembimbing,  


Drs. Subakir, M.M

Mahasiswa,



Desi Putri Utami

**KUESIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TRANSAKSI**  
**PEMBAYARAN I-SAKU DITOKO INDOMARET CIPTA**  
**MENANGGAL**

---

**Identitas Responden**

Nama Responden : .....

Usia : .....

Jenis Kelamin : (1) Pria (2) Wanita

Petunjuk pengisian kuesioner

1. Mohon diberi tanda checklis (√) pada kolom jawaban yang bapak/ibu anggap paling sesuai. Pendapat anda dinyatakan dalam skala 1 s/d 5 yang memiliki makna:
 

Sangat Setuju	= 5
Setuju	= 4
Netral	= 3
Tidak Setuju	= 2
Sangat Tidak Setuju	= 1
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Mohon memberikan jawaban yang sebenarnya karena tidak akan mempengaruhi pekerjaan anda.
4. Setelah mengisi kuesioner mohon Bapak/Ibu berikan kepada yang menyerahkan kuesioner.
5. Terima kasih atas partisipasinya anda.

Hormat Kami

### 1. Variabel Kualitas Pelayanan

No	Indikator/Aspek yang dinilai	Skor				
<b>Bukti Fisik</b>		SS	S	N	TS	STS
1	Indomaret Cipta Menanggal selalu memberikan pelayanan yang ramah terhadap semua konsumen					
2	Indomaret Cipta Menanggal memberikan penjelasan dengan baik mengenai aplikasi i-saku					
<b>Keandalan</b>						
3	Karyawan Indomaret Cipta Menanggal selalu memberikan pelayanan yang baik					
4	Aplikasi i-saku mempunyai beberapa fitur yang mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi					
<b>Ketanggapan</b>						
5	Indomaret Cipta Menanggal sangat tanggap terhadap komplain konsumen					
6	Karyawan Indomaret Cipta Menanggal memperhatikan komplain konsumen					
<b>Jaminan</b>						

	Indomaret Cipta Menanggal memberikan garansi terhadap produk i-saku sebagai alat pembayaran					
	Indomaret Cipta Menanggal menjamin kualitas produk i-saku					
	<b>Empati</b>					
5	Pihak indomaret selalu memberikan inovasi dalam meningkatkan pelayanan terhadap konsumen					
6	Pihak Indomaret Cipta Menanggal memberikan pelayanan yang baik dengan menyediakan tempat parkir yang aman					

## 2. Variabel Kualitas Produk

No	Indikator/Aspek yang dinilai	Skor				
		SS	S	N	TS	STS
	<b>Kinerja /performa</b>					
1	I-saku menjadi alat pembayaran yang mempunyai kualitas yang baik					
2	Kualitas produk yang dijual di indomaret terbukti berkualitas baik					
	<b>Fitur</b>					
3	I-saku menjadi alat transaksi yang mempunyai banyak fitur untuk					

	transaksi pembayaran					
4	I-saku sebagai alat pembayaran yang multi fungsi					
<b>Kesesuaian dengan spesifikasi</b>						
5	I-saku indomaret sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan					
6	I-saku indomaret dapat digunakan untuk melakukan pembayaran non tunai					
<b>Ketahanan</b>						
7	Aplikasi i-saku mempunyai kualitas yang baik					
8	Aplikasi i-saku tidak mudah rusak					
<b>Keandalan</b>						
9	I-saku indomaret dapat diandalkan					
10	I-saku indomaret digunakan sebagai alat pembayaran non tunai					
<b>Kemudahan</b>						
11	Konsumen lebih mudah melakukan transaksi pembayaran dengan i-saku					
12	I-saku mempermudah konsumen dalam melakukan berbagai transaksi					
<b>Estetika</b>						

13	Aplikai i-saku mudah dibawa					
14	Aplikasi i-saku mempunyai tampilan yang menarik					
<b>Kualitas yang dipersepsikan</b>						
15	Aplikasi i-saku mempunyai kualitas yang baik sesuai dengan promosi dari pihak indomaret					
16	Fungsi dari aplikasi i-saku sesuai dengan fitur yang ditawarkan					

### 3. Variabel Keputusan Pembelian

No	Indikator/Aspek yang dinilai	Skor				
		SS	S	N	TS	STS
<b>Pilihan Produk</b>						
1	Keputusan pembelian dikarenakan pemilihan produk yang bagus					
2	I-saku menjadi alat pembayaran yang mempunyai kualitas yang baik					
<b>Pilihan Merk</b>						
3	Keputusan pembelian dikarenakan merk yang terkenal.					
4	Merk mejadi peretimbangan utama untuk menentukan pembelian sebuah produk.					



<b>Kesesuaian dengan spesifikasi</b>						
5	Keputusan pembelian dikarenakan i-saku indomaret sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan					
6	Keputusan pembelian dengan menggunakan i-saku indomaret untuk melakukan pembayaran non tunai					
<b>Ketahanan</b>						
7	Keputusan pembelian dikarenakan produk mempunyai ketahanan yang baik					
8	Keputusan pembelian dikarenakan produk yang dijual tidak mudah rusak					
<b>Keandalan</b>						
9	Keputusan pembelian dikarenakan mempunyai produk yang dapat diandalkan					
10	Keputusan pembelian di indomaret karena mempunyai produk yang berkualitas					
<b>Kemudahan</b>						
11	Konsumen lebih mudah melakukan transaksi pembayaran dengan i-saku					

12	I-saku mempermudah konsumen dalam melakukan berbagai transaksi					
<b>Estetika</b>						
13	Keputusan pembelian dikarenakan penataan produk yang rapi					
14	Keputusan pembelian dikarenakan tertarik dengan lokasi dan tampilan produk					
<b>Kualitas yang dipersepsikan</b>						
15	Aplikasi i-saku mempunyai kualitas yang baik sesuai dengan promosi dari pihak indomaret					
16	Fungsi dari aplikasi i-saku sesuai dengan fitur yang ditawarkan					









LAMPIRAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Perempuan	54	60.0
Laki-laki	36	40.0
Total	90	100

b. Berdasarkan Usia Responden

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
< 25 tahun	26	28.9
25 s/d 35 Tahun	35	38.9
36 s/d 45 Tahun	15	16.7
> 45 Tahun	14	15.6
Total	90	100.0

LAMPIRAN FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN

## a. Variabel Kualitas Pelayanan

**X1\_1\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	3	3.3	3.3	3.3
3.00	25	27.8	27.8	31.1
Valid 4.00	51	56.7	56.7	87.8
5.00	11	12.2	12.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X1\_1\_2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	2	2.2	2.2	2.2
3.00	26	28.9	28.9	31.1
Valid 4.00	52	57.8	57.8	88.9
5.00	10	11.1	11.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	



**X1\_2\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	3	3.3	3.3	3.3
3.00	33	36.7	36.7	40.0
Valid 4.00	50	55.6	55.6	95.6
5.00	4	4.4	4.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X1\_2\_2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	1	1.1	1.1	1.1
3.00	20	22.2	22.2	23.3
Valid 4.00	66	73.3	73.3	96.7
5.00	3	3.3	3.3	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X1\_3\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	3	3.3	3.3	3.3
3.00	29	32.2	32.2	35.6
Valid 4.00	55	61.1	61.1	96.7
5.00	3	3.3	3.3	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X1\_3\_2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	6	6.7	6.7	6.7
3.00	33	36.7	36.7	43.3
Valid 4.00	48	53.3	53.3	96.7
5.00	3	3.3	3.3	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X1\_4\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	26	28.9	28.9	28.9
4.00	53	58.9	58.9	87.8
5.00	11	12.2	12.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X1\_4\_2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	1	1.1	1.1	1.1
3.00	35	38.9	38.9	40.0
4.00	51	56.7	56.7	96.7
5.00	3	3.3	3.3	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X1\_5\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	3	3.3	3.3	3.3
3.00	29	32.2	32.2	35.6
Valid 4.00	55	61.1	61.1	96.7
5.00	3	3.3	3.3	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X1\_5\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	6	6.7	6.7	6.7
3.00	33	36.7	36.7	43.3
Valid 4.00	48	53.3	53.3	96.7
5.00	3	3.3	3.3	100.0
Total	90	100.0	100.0	

## b. Variabel Kualitas produk

X2\_1\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.1	1.1	1.1
2.00	9	10.0	10.0	11.1
3.00	24	26.7	26.7	37.8
4.00	46	51.1	51.1	88.9
5.00	10	11.1	11.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2\_1\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	2	2.2	2.2	2.2
2.00	8	8.9	8.9	11.1
3.00	23	25.6	25.6	36.7
4.00	48	53.3	53.3	90.0
5.00	9	10.0	10.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2\_2\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	2	2.2	2.2	2.2
2.00	6	6.7	6.7	8.9
3.00	34	37.8	37.8	46.7
4.00	41	45.6	45.6	92.2
5.00	7	7.8	7.8	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2\_2\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.1	1.1	1.1
2.00	8	8.9	8.9	10.0
3.00	35	38.9	38.9	48.9
4.00	40	44.4	44.4	93.3
5.00	6	6.7	6.7	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X2\_3\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	7	7.8	7.8	7.8
3.00	24	26.7	26.7	34.4
Valid 4.00	46	51.1	51.1	85.6
5.00	13	14.4	14.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X2\_3\_2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	8	8.9	8.9	8.9
3.00	33	36.7	36.7	45.6
Valid 4.00	43	47.8	47.8	93.3
5.00	6	6.7	6.7	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X2\_4\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	6	6.7	6.7	6.7
3.00	25	27.8	27.8	34.4
Valid 4.00	45	50.0	50.0	84.4
5.00	14	15.6	15.6	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X2\_4\_2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.1	1.1	1.1
2.00	6	6.7	6.7	7.8
Valid 3.00	23	25.6	25.6	33.3
4.00	47	52.2	52.2	85.6
5.00	13	14.4	14.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	



**X2\_5\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	6	6.7	6.7	6.7
3.00	24	26.7	26.7	33.3
Valid 4.00	49	54.4	54.4	87.8
5.00	11	12.2	12.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X2\_5\_2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	6	6.7	6.7	6.7
3.00	24	26.7	26.7	33.3
Valid 4.00	47	52.2	52.2	85.6
5.00	13	14.4	14.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X2\_6\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	7	7.8	7.8	7.8
3.00	33	36.7	36.7	44.4
Valid 4.00	39	43.3	43.3	87.8
5.00	11	12.2	12.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X2\_6\_2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	6	6.7	6.7	6.7
3.00	26	28.9	28.9	35.6
Valid 4.00	43	47.8	47.8	83.3
5.00	15	16.7	16.7	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X2\_7\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	7	7.8	7.8	7.8
3.00	34	37.8	37.8	45.6
Valid 4.00	42	46.7	46.7	92.2
5.00	7	7.8	7.8	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X2\_7\_2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	7	7.8	7.8	7.8
3.00	21	23.3	23.3	31.1
Valid 4.00	53	58.9	58.9	90.0
5.00	9	10.0	10.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X2\_8\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	2.2	2.2	2.2
2.00	2	2.2	2.2	4.4
3.00	23	25.6	25.6	30.0
4.00	52	57.8	57.8	87.8
5.00	11	12.2	12.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	

**X2\_8\_2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	4	4.4	4.4	4.4
3.00	34	37.8	37.8	42.2
4.00	42	46.7	46.7	88.9
5.00	10	11.1	11.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

## c. Variabel Keputusan Pembelian

Y\_1\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	3	3.3	3.3	3.3
2.00	12	13.3	13.3	16.7
3.00	18	20.0	20.0	36.7
4.00	39	43.3	43.3	80.0
5.00	18	20.0	20.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y\_1\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.1	1.1	1.1
2.00	14	15.6	15.6	16.7
3.00	20	22.2	22.2	38.9
4.00	38	42.2	42.2	81.1
5.00	17	18.9	18.9	100.0
Total	90	100.0	100.0	

## Y\_2\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.1	1.1	1.1
2.00	12	13.3	13.3	14.4
3.00	27	30.0	30.0	44.4
4.00	38	42.2	42.2	86.7
5.00	12	13.3	13.3	100.0
Total	90	100.0	100.0	

## Y\_2\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	7	7.8	7.8	7.8
3.00	19	21.1	21.1	28.9
4.00	53	58.9	58.9	87.8
5.00	11	12.2	12.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y\_3\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	3	3.3	3.3	3.3
2.00	10	11.1	11.1	14.4
3.00	20	22.2	22.2	36.7
4.00	44	48.9	48.9	85.6
5.00	13	14.4	14.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y\_3\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	3	3.3	3.3	3.3
2.00	16	17.8	17.8	21.1
3.00	25	27.8	27.8	48.9
4.00	32	35.6	35.6	84.4
5.00	14	15.6	15.6	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y\_4\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.1	1.1	1.1
2.00	4	4.4	4.4	5.6
3.00	22	24.4	24.4	30.0
4.00	46	51.1	51.1	81.1
5.00	17	18.9	18.9	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y\_4\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	13	14.4	14.4	14.4
3.00	21	23.3	23.3	37.8
4.00	40	44.4	44.4	82.2
5.00	16	17.8	17.8	100.0
Total	90	100.0	100.0	



Y\_5\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	6	6.7	6.7	6.7
3.00	22	24.4	24.4	31.1
Valid 4.00	51	56.7	56.7	87.8
5.00	11	12.2	12.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y\_5\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	3	3.3	3.3	3.3
2.00	5	5.6	5.6	8.9
Valid 3.00	18	20.0	20.0	28.9
4.00	51	56.7	56.7	85.6
5.00	13	14.4	14.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	











X2	.593**	.66	.69	.54	.673**	.619**	.705**	.737**	.673**	.718**	.681**	.711**	.62	.75	.838**	.794**
Correlation		.2**	.6**	.5**									.9**	.5**	1	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2 <sub>1</sub>	.489**	.527	.572	.533	.548**	.620**	.604**	.639**	.599**	.595**	.646**	.575**	.615	.641	.838**	.707**
Correlation		**	**	**									**	**	1	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2 <sub>2</sub>	.864**	.881	.890	.816	.932**	.869**	.912**	.964**	.897**	.948**	.892**	.935**	.887	.917	.794**	.707**
Correlation		**	**	**									**	**	1	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

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

c. Variabel Keputusan Pembelian

		Correlations													
		Y_1_1	Y_1_2	Y_2_1	Y_2_2	Y_3_1	Y_3_2	Y_4_1	Y_4_2	Y_5_1	Y_5_2	Y_TOTAL			
Y_1_1	Pearson Correlation	1	.868**	.789**	.817**	.704**	.754**	.696**	.916**	.796**	.738**	.921**			
1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90			
Y_1_1	Pearson Correlation	.868**	1	.729**	.682**	.760**	.735**	.690**	.817**	.671**	.637**	.870**			





Y_5_	Pearson Correlation	.637**	.795**	.866**	.784**	.724**	.646**	.664**	.857**	1	.871**
2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
Y_T	Pearson Correlation	.921**	.892**	.905**	.883**	.873**	.799**	.893**	.897**	.871**	1
OTA	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
L	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

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

LAMPIRAN UJI RELIABILITAS

## a. Variabel Kualitas Pelayanan

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	90	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.959	10

## b. Variabel Kualitas produk

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	90	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.981	16

- c. Variabel Keputusan Pembelian

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	90	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.966	10

LAMPIRAN UJI ASUMSI KLASIK

## a. Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	7.18452209
	Absolute	.100
Most Extreme Differences	Positive	.056
	Negative	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		.953
Asymp. Sig. (2-tailed)		.324

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## b. Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan	.881	1.135
	Kualitas produk	.881	1.135

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

## c. Uji Autokorelasi

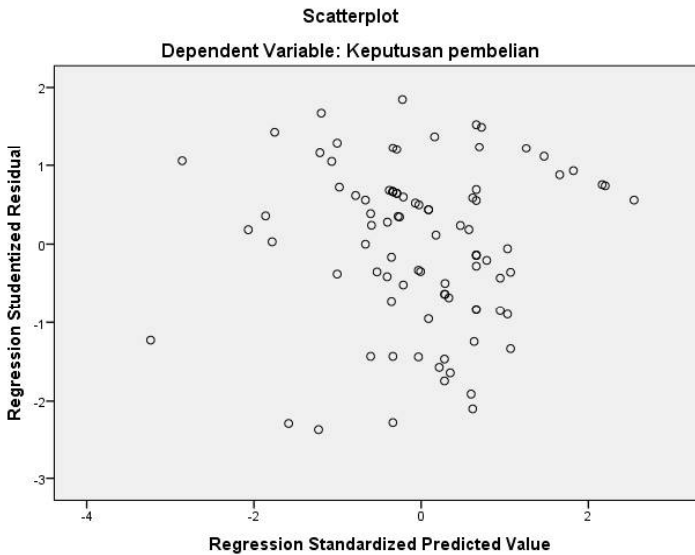
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Durbin-Watson
1	2.083 <sup>a</sup>

a. Predictors: (Constant),  
Kualitas produk, Kualitas  
Layanan

b. Dependent Variable:  
Keputusan pembelian

## d. Uji Heterokedastisitas



## Lampiran 8

LAMPIRAN ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.465 <sup>a</sup>	.216	.198	7.26663

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1268.511	2	634.255	12.012	.000 <sup>b</sup>
	Residual	4593.945	87	52.804		
	Total	5862.456	89			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Kualitas Layanan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.574	5.815		1.646	.103
	Kualitas Layanan	.359	.153	.238	2.349	.021
	Kualitas produk	.235	.073	.326	3.227	.002