

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A, 2010, Manajemen Ekuitas Merek, alih Bahasa; Aris Ananda, Edisi Revisi, Mitra Utama, Jakarta.
- Akbar, Adam, 2012, Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba, Journal Of Management UNADARMA.
- Assauri, Sofjan, 2009, Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi, Edisi. Pertama, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Band, Oliver 1991
- Basu DH Swasta dan Handoko T. Hani, 2000, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, BPFE-UGM, Jogjakarta.
- Danang Sunyoto, 2012, Dasar-dasar manajemen pemasaran, Cetakan Pertama, CAPS, Yogyakarta.
- Evelina Nela, Handoyo DW, Sari Listiyorini, 2012, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana TELKOMFLEXI, DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun 2012, Hal. 1-11 <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>, Universitas Diponegoro
- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, 2012, Pemasaran Strategik, Andi, Yogyakarta.

- Ghozali, Imam, 2013, Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Imantoro, Fatih dkk, 2018, Pengaruh citra merek, iklan, dan cita rasa terhadap keputusan pembelian , Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/ Vol.57 No 1 April 2018
- Jackson R.S. Weenas, 2013, Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian SPRING BED COMFORTA, Jurnal EMBA, ISSN 2303-1174, Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 607-618
- Kotler & Keller , 2013, Manajemen Pemasaran, Diterjemahkan oleh Bob Sabran MM, Edisi Ketiga Belas Jilid 2. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Phillip and Kevin Lane Keller, 2016, Marketing Managemen, 15th, Edition New Jersey, Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2012, Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13. Jilid 1, Erlangga , Jakarta.
- Noor, Juliansyah, 2014, Metodologi Penelitian, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Ong Ian Antonius dan Drs. Sugiono Sugiharto, M.M,2013, Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincau Station Surabaya, Jurnal

Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 2, (2013) 1-11,
Universitas Kristen Petra

Saidani Basrah dan Dwi Raga Ramadhan, 2013, Pengaruh Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* SAMSUNG SERI GALAXY Survei Pada Pelanggan ITC ROXY MAS, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, JRMSI, Vol. 4, No. 1, 2013, Universitas Negeri Jakarta

Simamora, dalam Sulistian, 2011, Komponen pembentuk citra merek.

Sugiyono, 2014, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (MixedMethods), Alfabeta, Bandung.

Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen danPenerapannya dalam Pemasaran. Edisi kedua. Bogor : Ghalia Indonesia

Sunyoto, Danang, 2016, Metodologi Penelitian Akuntansi, PT Refika Aditama, Bandung.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2011, service, quality dan satification, edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset

www.bps.go.id, diakses tgl 11 desember 2018, jam 06:00

www.ptsuparmatbk.com, diakses tgl 11 desember 2018

www.wikipedia.org, diakses pada tanggal 10 desember 2018, jam 19:35

Lampiran 1: Matrik

MATRIK PENELITIAN PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KERTAS MINYAK CAP GAJAH

Peneliti, tahun dan judul penelitian	Variabel	Populasi / sampel	Analisis data	Lokasi
Ian Antonius dkk (2013) yang berjudul "analisis pengaruh strategi deferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di Cincau Station Surabaya".	Variabel bebas : strategi deferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga. sedangkan variabel terikat keputusan pembelian	Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada 100 responden konsumen dari Cincau Station Grand City Surabaya menggunakan metode pengumpulan data dengan kuisisioner.	Analisis menggunakan regresi linier berganda Uji Hipotesis: ✓ Uji T ✓ Uji F	Cincau Station Grand City kota Surabaya
Basrah Saidani dan Dwi Rangga R (2013) yang berjudul " pengaruh iklan dan atribut produk terhadap keputusan pembelian smartphome	Variabel bebas: iklan dan atribut produk. sedangkan variabel terikat : keputusan	Penelitian menggunakan 100 responden pengunjung ITC Roxy Mas - Jakarta. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik	Analisis menggunakan regresi berganda	ITC Roxy Mas Jakarta

Samsung seri galaxy	pembelian	<i>convenience incidental sampling</i> . Desain penelitian adalah deskriptif. Metode penelitian menggunakan metode survey dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengumpulan data menggunakan angket skala likert dari 1 sampai 5	Uji Hipotesis: ✓ Uji T ✓ Uji F	
Nela Evelina dkk (2012) yang berjudul “ pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana Telkomsel” studi kasus pada konsumen	Variabel bebas : citra merek, kualitas produk, harga dan promosi. sedangkan variabel terikat: keputusan pembelian	Responden yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan kuesioner. Penentuan sampel dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis linier dan SPSS 16.0	Analisis menggunakan regresi linier sederhana Uji Hipotesis: ✓ Uji T ✓ Uji F	Kabupaten Kudus

TelkomFlexi di kecamatan kota Kudus Kabupaten Kudus			✓ Uji F	
Jackson R.S. Weenas (2013) dengan penelitian yang berjudul "kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian spring bed comforta"	Variabel bebas : kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan. sedangkan variabel terikat : keputusan pembelian	Populasi: konsumen spring bed comforta di Manado sebesar 157 konsumen. Sampel penelitian adalah 100 orang, menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner.	Analisis menggunakan uji validitas, uji reabilitas, analisi regresi berganda dan pengujian hipotesis	Kota Manado

Dosen Pembimbing I

(Drs. I Ketut Surabagiarta, SE,MM)

Dosen Pembimbing II

(Sutama Wisnu J,SE,MM)

Surabaya, 16 April 2019

Mahasiswa Peneliti

(Mochamad Shohib Romli)

LAMPIRAN 2: Kuisisioner

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KERTAS MINYAK CAP GAJAH

Kepada Yth :

Bapak/ Ibu Pengguna Kertas minyak Cap Gajah
di tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka memenuhi tugas akhir perguruan tinggi berkaitan dengan penelitian, maka bersama ini peneliti dari Universitas PGRI Adi Buana Surabaya memohon kesediaan bapak/ibu untuk memberikan dukungan kepada saya dengan mengisi kuesioner seperti dibawah ini. Kuesioner ini hanya dipergunakan untuk kepentingan akademis, sifatnya rahasia dan tidak dipublikasikan. Atas kesediaan, bantuandan kepercayaanya saya ucapkan terima kasih.

Surabaya, 03 Maret 2019

Hormat Saya,



Moch Shohib Romli

Petunjuk Pengisian

1. Isilah data diri anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya pada identitas responden.
2. Berilah tanda check-list (√) terhadap jawaban yang sesuai dengan pilihan anda. Kriteria Penelitian sebagai berikut :

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3	Ragu- ragu	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja

4. Identitas Responden

a. Nama Responden (tidak wajib) :

- b. Usia : a. < 17 tahun d. 41 - 50 tahun
b. 18 - 30 tahun e. > 50 tahun
c. 31 - 40 tahun

c. Jenis Kelamin : a. Laki-laki d. Perempuan

d. Pendidikan terakhir : a. SD f. Diploma
b. SMP d. S1
c. SMA e. S2/S3

e. Pekerjaan : a. Karyawan d. Mahasiswa
b. Swasta e. PNS
c. Wirausaha

f. Pendapatan : a. < Rp 500.000
b. Rp 500.000 - Rp 1.000.000
c. Rp. 1.000.000 - 3.000.000
d. Rp. 3.000.000 - Rp 5.000.000
e. > Rp. 5.000.000

A. Kualitas Produk (X_1)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
1.	Produk kertas minyak Cap Gajah memiliki banyak varian sesuai dengan kebutuhan konsumen					
2.	Struktur kertas minyak Cap Gajah kuat dan tahan lama.					
3.	Produk kertas minyak Cap Gajah memiliki karakteristik bahan dasar yang berkualitas					
4.	Laminasi dari kertas minyak Cap Gajah sangat baik sehingga tahan terhadap minyak dan air.					
5.	Produk kertas minyak Cap Gajah sangat aman dalam membungkus makanan dan tidak mudah tembus minyak					
6.	Kertas minyak Cap Gajah sangat membantu dalam kegiatan sehari-hari sehingga sangat praktis dan ekonomis					
7.	Produk kertas minyak Cap Gajah memiliki tingkat kesesuaian produk sesuai dengan yang dijanjikan					
8.	Standar kertas minyak Cap Gajah sudah sesuai dengan harapan konsumen					
9.	Kertas minyak Cap Gajah memiliki daya tahan yang baik sebagai pembungkus makanan					
10.	Daya tahan kertas minyak Cap Gajah mampu bertahan selama satu hari.					
11.	Produk kertas minyak Cap Gajah sudah memenuhi harapan konsumen					
12.	Saya akan terus menggunakan kertas minyak Cap Gajah karena lebih efisien					
13.	Kertas minyak Cap Gajah sangat ramah lingkungan					
14.	Kertas minyak Cap Gajah hanya dapat digunakan satu kali pakai .					
15.	Produk kertas minyak Cap Gajah memiliki tampilan produk yang mudah diingat konsumen.					
16.	Kesan saya untuk produk kertas minyak Cap					

	Gajah sangat baik dan sudah sesuai dengan harapan saya.					
17.	Produk kertas minyak Cap Gajah memiliki ciri khusus pada kemasannya transparan sehingga langsung dapat diketahui kualitas dari produk					
18.	Desain dari kertas minyak Cap Gajah sudah sesuai dengan harapan konsumen					

B. Citra Merek (X₂)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
1.	Kertas minyak dengan Cap Gajah sangat terkenal di kalangan konsumen.					
2.	Kertas minyak dengan merek Cap Gajah mudah diingat					
3.	Reputasi kertas minyak Cap Gajah dikalangan masyarakat sangat baik					
4.	Bagi penjual penjualan kertas minyak Cap Gajah sangat mudah untuk di jual kepada konsumen.					
5.	Terbukti kertas minyak Cap Gajah lebih disukai oleh kosumen					
6.	Hampir disetiap agen dan warung selalu menjual kertas minyak Cap Gajah					
7.	Jika ada merek lain yang di tawarkan, saya akan tetap bertahan untuk menggunakan kertas minyak karena sudah terbukti kualitasnya					
8.	Saya akan mekomendasikan menggunakan kertas minyak Cap Gajah ke kerabat atau soudara terdekat.					

C. Atribut Produk (X3)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
1	Kualitas kertas minyak Cap Gajah sangat baik dan berkualitas					
2.	Daya tahan kertas minyak cap gajah sudah sangat baik dan saya sangat puas					
3.	Fitur yang diberikan kertas minyak Cap Gajah sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna/konsumen					
4.	Kertas minyak Cap Gajah memiliki lapisan laminating yang kuat dan tebal sehingga tidak mudah tembus minyak dan air.					
5.	Kertas minyak Cap Gajah mempunyai desain kemasan yang menarik					
6.	Desain kemasan yang transparan membuat konsumen lebih jelas mengetahui kualitas produk kertas minyak Cap Gajah.					

D. Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
1.	Saya membeli kertas minyak Cap Gajah karena harganya relatif murah					
2.	Saya sangat menyarankan untuk membeli produk kertas minyak Cap Gajah karena memiliki mutu yang baik juga memberikan kualitas yang baik					
3.	Manfaat yang saya rasakan menggunakan kertas minyak Cap Gajah adalah sangat praktis					
4.	Saya sangat percaya dan sudah membuktikan					

	sendiri bahwa kertas minyak Cap Gajah sangat rekomendasi untuk dibeli					
5.	Saya akan memprioritaskan produk kertas minyak Cap Gajah dari merek lainya jika akan membeli kertas minyak					
6.	Saya akan merekomendasikan untuk membeli produk kertas minyak Cap Gajah kepada saudara dan tetangga					
7.	Saya tidak ragu untuk membeli kertas minyak Cap Gajah lagi karena saya sudah merasakan manfaat dan kualitasnya.					
8.	Saya melakukan pembelian ulang kertas minyak Cap Gajah setiap kurang lebih sebulan sekali					

LAMPIRAN 3: Tabulasi Data

HASIL TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KUALITAS PRODUK

Resp	VARIABEL KUALITAS PRODUK (X1)																		SKOR TOT AL
	SOAL ITEM																		
	KP_1	KP_2	KP_3	KP_4	KP_5	KP_6	KP_7	KP_8	KP_9	KP_10	KP_11	KP_12	KP_13	KP_14	KP_15	KP_16	KP_17	KP_18	
Resp_1	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	49
Resp_2	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	67
Resp_3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	66
Resp_4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	65
Resp_5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	77
Resp_6	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	63
Resp_7	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	61
Resp_8	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70
Resp_9	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	63
Resp_10	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	68
Resp_11	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	67
Resp_12	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	64
Resp_13	5	3	3	3	3	3	4	5	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	65
Resp_14	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	78
Resp_15	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	76
Resp_16	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	61
Resp_17	4	5	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	62
Resp_18	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	63
Resp_19	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	81
Resp_20	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	65

Resp_21	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	57
Resp_22	3	5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	71
Resp_23	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	61
Resp_24	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	50
Resp_25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
Resp_26	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	30
Resp_27	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	59
Resp_28	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	76
Resp_29	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	63
Resp_30	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	60
Resp_31	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	54
Resp_32	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	80
Resp_33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
Resp_34	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	60
Resp_35	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	76
Resp_36	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
Resp_37	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	78
Resp_38	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	77
Resp_39	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
Resp_40	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	63
Resp_41	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	63
Resp_42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
Resp_43	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	59
Resp_44	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	67
Resp_45	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	79
Resp_46	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	80

Resp_47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
Resp_48	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	67
Resp_49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
Resp_50	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	78
Resp_51	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	78
Resp_52	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	61
Resp_53	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	58
Resp_54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
Resp_55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
Resp_56	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	61
Resp_57	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	65
Resp_58	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	63
Resp_59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
Resp_60	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	61
Resp_61	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	70
Resp_62	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	77
Resp_63	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	78
Resp_64	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	78
Resp_65	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	60
Resp_66	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
Resp_67	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	78
Resp_68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	58
Resp_69	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	60
Resp_70	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	70
Resp_71	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	75
Resp_72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	75

Resp_99	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	87
Resp_100	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	79

**HASIL TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
VARIABEL CITRA MEREK**

Resp	VARIABEL CITRA MEREK (X2)								SKOR TOTAL
	SOAL ITEM								
	CM_1	CM_2	CM_3	CM_4	CM_5	CM_6	CM_7	CM_8	
Resp_1	3	3	4	3	3	3	4	4	27
Resp_2	4	5	5	5	4	4	4	4	35
Resp_3	5	4	4	4	4	4	5	5	35
Resp_4	4	4	4	4	5	5	4	4	34
Resp_5	5	4	4	4	5	4	4	4	34
Resp_6	4	5	4	4	5	5	4	5	36
Resp_7	4	5	4	4	4	5	4	5	35
Resp_8	4	3	4	4	4	4	4	4	31
Resp_9	5	5	5	4	4	4	4	5	36
Resp_10	3	4	3	4	3	3	4	4	28
Resp_11	4	5	4	5	4	5	5	5	37
Resp_12	4	3	4	4	4	5	4	4	32
Resp_13	3	3	3	4	3	4	4	3	27
Resp_14	4	4	5	4	4	4	5	4	34
Resp_15	4	4	5	4	4	4	5	4	34
Resp_16	4	3	4	3	4	4	4	3	29
Resp_17	5	5	5	5	5	4	4	4	37
Resp_18	4	3	4	3	5	4	3	3	29
Resp_19	5	4	5	4	5	5	4	4	36
Resp_20	3	4	3	4	3	3	4	4	28
Resp_21	3	3	3	3	3	3	4	3	25
Resp_22	4	4	4	4	4	4	3	4	31

Resp_55	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_56	4	4	5	4	5	4	4	4	34
Resp_57	3	4	3	4	3	3	3	4	27
Resp_58	4	4	5	4	4	4	4	4	33
Resp_59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_60	3	3	4	3	4	4	3	3	27
Resp_61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_65	3	3	4	4	3	4	3	3	27
Resp_66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_68	3	3	4	3	4	3	4	3	27
Resp_69	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_70	4	4	5	5	5	4	4	4	35
Resp_71	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_72	4	4	4	4	4	4	4	3	31
Resp_73	4	4	4	4	4	4	4	3	31
Resp_74	3	4	4	3	4	3	3	3	27
Resp_75	3	3	4	4	3	4	4	3	28
Resp_76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_77	3	4	3	4	3	3	4	3	27
Resp_78	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_79	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Resp_80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_81	3	4	4	3	3	4	3	3	27
Resp_82	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_83	3	4	3	4	3	3	3	4	27
Resp_84	4	4	4	4	4	3	4	4	31
Resp_85	3	3	3	3	3	4	3	3	25
Resp_86	3	4	3	4	3	3	3	4	27

Resp_87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_89	4	4	5	4	4	5	4	4	34
Resp_90	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_91	4	4	5	4	5	4	4	4	34
Resp_92	4	4	4	4	4	5	4	4	33
Resp_93	4	4	4	5	5	4	5	5	36
Resp_94	4	4	4	4	5	5	5	4	35
Resp_95	4	4	5	4	5	4	5	4	35
Resp_96	5	4	5	4	5	4	5	4	36
Resp_97	4	4	4	4	4	3	4	4	31
Resp_98	2	2	2	3	2	2	2	2	17
Resp_99	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_100	3	4	3	4	3	3	3	4	27

HASIL TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL ATRIBUT PRODUK

Resp	VARIABEL ATRIBUT PRODUK (X3)						SKOR TOTAL
	SOAL ITEM						
	AP_1	AP_2	AP_3	AP_4	AP_5	AP_6	
Resp_1	5	5	4	4	4	5	27
Resp_2	4	4	4	4	4	5	25
Resp_3	5	4	4	4	5	5	27
Resp_4	5	5	4	4	4	5	27
Resp_5	5	4	5	4	5	5	28
Resp_6	5	5	4	5	4	5	28
Resp_7	4	5	4	5	4	4	26
Resp_8	4	4	4	4	4	5	25
Resp_9	4	5	4	5	4	4	26
Resp_10	3	3	4	4	4	4	22

Resp_11	4	5	3	5	5	4	26
Resp_12	4	5	5	4	5	4	27
Resp_13	5	4	4	5	4	5	27
Resp_14	4	4	5	4	5	4	26
Resp_15	4	4	4	4	5	5	26
Resp_16	4	5	4	5	4	4	26
Resp_17	5	4	5	4	4	4	26
Resp_18	5	4	4	4	4	5	26
Resp_19	5	5	4	4	4	4	26
Resp_20	4	4	4	4	4	3	23
Resp_21	5	5	4	5	4	5	28
Resp_22	4	4	5	4	5	4	26
Resp_23	5	5	5	5	4	5	29
Resp_24	4	3	4	4	3	4	22
Resp_25	4	5	5	4	5	4	27
Resp_26	4	4	5	4	5	4	26
Resp_27	3	3	3	3	3	3	18
Resp_28	5	5	4	4	4	5	27
Resp_29	3	3	3	4	3	3	19
Resp_30	3	3	4	3	4	3	20
Resp_31	5	4	4	5	4	4	26
Resp_32	4	4	5	5	4	4	26
Resp_33	5	4	4	4	4	4	25
Resp_34	5	5	4	4	4	5	27
Resp_35	4	4	4	5	5	4	26
Resp_36	3	5	4	4	4	5	25
Resp_37	4	5	5	4	5	5	28
Resp_38	4	5	5	4	5	5	28
Resp_39	2	3	3	2	3	3	16
Resp_40	4	4	4	4	4	4	24
Resp_41	4	4	4	3	4	4	23
Resp_42	3	3	4	3	4	3	20

Resp_43	3	4	3	3	3	4	20
Resp_44	4	4	4	4	5	4	25
Resp_45	5	5	5	4	5	5	29
Resp_46	4	4	4	4	5	5	26
Resp_47	4	4	4	4	5	4	25
Resp_48	5	5	5	4	5	5	29
Resp_49	3	3	3	3	3	3	18
Resp_50	4	4	4	4	4	4	24
Resp_51	5	4	4	4	4	4	25
Resp_52	4	4	4	3	4	4	23
Resp_53	4	3	3	3	3	3	19
Resp_54	4	4	4	4	4	4	24
Resp_55	3	3	3	3	3	3	18
Resp_56	5	3	3	3	3	3	20
Resp_57	3	3	3	4	3	3	19
Resp_58	3	3	3	4	3	3	19
Resp_59	4	4	4	4	4	4	24
Resp_60	3	3	3	3	3	3	18
Resp_61	4	4	4	4	4	4	24
Resp_62	4	4	4	4	4	4	24
Resp_63	4	4	4	4	4	4	24
Resp_64	4	4	4	4	4	4	24
Resp_65	3	3	3	3	3	3	18
Resp_66	4	4	4	4	4	4	24
Resp_67	4	4	4	4	4	4	24
Resp_68	3	4	3	4	4	3	21
Resp_69	3	4	4	3	4	3	21
Resp_70	5	4	5	4	5	4	27
Resp_71	4	4	5	4	5	4	26
Resp_72	4	4	5	5	4	4	26
Resp_73	4	4	4	5	4	4	25
Resp_74	3	3	3	3	3	3	18

Resp_75	3	3	3	3	3	3	18
Resp_76	4	4	4	4	4	4	24
Resp_77	4	4	3	4	3	3	21
Resp_78	4	4	4	4	4	4	24
Resp_79	4	4	4	5	4	4	25
Resp_80	4	4	4	4	4	4	24
Resp_81	4	3	4	4	3	3	21
Resp_82	3	3	4	4	4	3	21
Resp_83	3	4	4	4	3	3	21
Resp_84	4	4	4	4	4	4	24
Resp_85	3	4	3	3	3	4	20
Resp_86	3	3	3	4	3	3	19
Resp_87	4	4	4	4	4	3	23
Resp_88	5	4	5	4	4	4	26
Resp_89	4	5	4	4	4	5	26
Resp_90	3	3	3	3	3	4	19
Resp_91	5	4	4	5	4	4	26
Resp_92	4	5	4	4	4	4	25
Resp_93	4	4	5	4	4	4	25
Resp_94	4	4	4	4	4	4	24
Resp_95	4	4	4	4	4	3	23
Resp_96	3	4	3	4	4	3	21
Resp_97	4	3	4	3	4	4	22
Resp_98	2	2	2	2	2	3	13
Resp_99	2	2	2	3	2	3	14
Resp_100	3	3	3	5	3	4	21

Resp_60	4	4	3	4	3	3	4	3	28
Resp_61	4	4	5	4	5	4	5	4	35
Resp_62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_63	4	4	5	5	4	5	4	4	35
Resp_64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_65	4	3	3	3	4	3	3	3	26
Resp_66	3	4	3	4	3	4	3	4	28
Resp_67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_69	4	3	4	3	4	3	3	3	27
Resp_70	4	4	3	3	4	4	3	3	28
Resp_71	3	4	4	4	3	4	4	4	30
Resp_72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_73	4	5	5	4	4	5	4	4	35
Resp_74	3	4	3	3	3	4	3	3	26
Resp_75	3	3	4	3	3	3	4	3	26
Resp_76	4	5	5	4	5	4	4	4	35
Resp_77	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_78	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_79	5	4	5	4	5	4	4	4	35
Resp_80	4	4	3	4	3	3	4	3	28
Resp_81	3	3	4	3	4	3	4	3	27
Resp_82	4	3	4	3	4	3	4	3	28
Resp_83	4	3	4	3	4	3	4	3	28
Resp_84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_86	3	4	3	3	3	4	3	3	26
Resp_87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_89	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_90	3	3	3	4	3	3	3	4	26
Resp_91	3	4	3	4	3	4	3	4	28

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP_5	Pearson Correlation	.487*	.796*	.616*	.555*	1	.541*	.440*	.503*	.555*	.438**	.724**	.555**	.781**	.514**	.515**	.746**	.552**	.455**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP_6	Pearson Correlation	.537*	.592*	.743*	.481*	.541*	1	.655*	.511*	.741*	.634**	.524**	.741**	.517**	.691**	.478**	.562**	.805**	.705**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP_7	Pearson Correlation	.593*	.453*	.533*	.438*	.440*	.655*	1	.586*	.600*	.643**	.488**	.600**	.547**	.599**	.433**	.456**	.738**	.853**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP_8	Pearson Correlation	.834*	.494*	.478*	.680*	.503*	.511*	.586*	1	.441*	.496**	.558**	.541**	.550**	.520**	.641**	.492**	.554**	.588**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP_9	Pearson Correlation	.487*	.545*	.858*	.434*	.555*	.741*	.600*	.441*	1	.555**	.578**	.790**	.588**	.860**	.473**	.641**	.704**	.648**	.819**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP_10	Pearson Correlation	.567*	.386*	.535*	.435*	.438*	.634*	.643*	.496*	.555*	1	.372**	.626**	.394**	.579**	.503**	.455**	.623**	.667**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP_11	Pearson Correlation	.489*	.786*	.563*	.558*	.724*	.524*	.488*	.558*	.578*	.372**	1	.518**	.862**	.536**	.537**	.816**	.575**	.459**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP_12	Pearson Correlation	.576*	.564*	.753*	.476*	.555*	.741*	.600*	.541*	.790*	.626**	.518**	1	.511**	.840**	.516**	.620**	.725**	.648**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP_13	Pearson Correlation	.526*	.838*	.611*	.627*	.781*	.517*	.547*	.550*	.588*	.394**	.862**	.511**	1	.528**	.530**	.795**	.546**	.523**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP_14	Pearson Correlation	.489*	.523*	.784*	.417*	.514*	.691*	.599*	.520*	.860*	.579**	.536**	.840**	.528**	1	.475**	.636**	.737**	.599**	.807**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
KP_15	Pearson Correlation	.690*	.445*	.395*	.774*	.515*	.478*	.433*	.641*	.473*	.503**	.537**	.516**	.530**	.475**	1	.559**	.533**	.523**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP_16	Pearson Correlation	.463*	.790*	.596*	.579*	.746*	.562*	.456*	.492*	.641*	.455**	.816**	.620**	.795**	.636**	.559**	1	.599**	.518**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP_17	Pearson Correlation	.572*	.523*	.627*	.450*	.552*	.805*	.738*	.554*	.704*	.623**	.575**	.725**	.546**	.737**	.533**	.599**	1	.719**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP_18	Pearson Correlation	.589*	.469*	.552*	.478*	.455*	.705*	.853*	.588*	.648*	.667**	.459**	.648**	.523**	.599**	.523**	.518**	.719**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP_TOTAL	Pearson Correlation	.751*	.789*	.800*	.730*	.775*	.813*	.751*	.745*	.819*	.696**	.788**	.825**	.812**	.807**	.713**	.814**	.821**	.774**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

b. Variabel Citra merek

Correlations

		CM_1	CM_2	CM_3	CM_4	CM_5	CM_6	CM_7	CM_8	CM_TOTA L
CM_1	Pearson Correlation	1	.626**	.788**	.594**	.822**	.734**	.702**	.653**	.890**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CM_2	Pearson Correlation	.626**	1	.593**	.831**	.601**	.504**	.520**	.849**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CM_3	Pearson Correlation	.788**	.593**	1	.571**	.813**	.688**	.692**	.565**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CM_4	Pearson Correlation	.594**	.831**	.571**	1	.582**	.521**	.543**	.791**	.806**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CM_5	Pearson Correlation	.822**	.601**	.813**	.582**	1	.708**	.658**	.593**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CM_6	Pearson Correlation	.734**	.504**	.688**	.521**	.708**	1	.615**	.536**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CM_7	Pearson Correlation	.702**	.520**	.692**	.543**	.658**	.615**	1	.595**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CM_8	Pearson Correlation	.653**	.849**	.565**	.791**	.593**	.536**	.595**	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CM_T OTAL	Pearson Correlation	.890**	.821**	.861**	.806**	.873**	.798**	.797**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

c. Variabel Atribut Produk

Correlations

		AP_1	AP_2	AP_3	AP_4	AP_5	AP_6	AP_TOT AL
AP_1	Pearson Correlation	1	.634**	.621**	.535**	.558**	.653**	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
AP_2	Pearson Correlation	.634**	1	.597**	.567**	.651**	.691**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
AP_3	Pearson Correlation	.621**	.597**	1	.456**	.781**	.552**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
AP_4	Pearson Correlation	.535**	.567**	.456**	1	.452**	.452**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
AP_5	Pearson Correlation	.558**	.651**	.781**	.452**	1	.588**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_3	Pearson Correlation	.648**	.548**	1	.497**	.722**	.593**	.812**	.519**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_4	Pearson Correlation	.621**	.775**	.497**	1	.558**	.803**	.616**	.936**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_5	Pearson Correlation	.923**	.536**	.722**	.558**	1	.564**	.776**	.601**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_6	Pearson Correlation	.547**	.914**	.593**	.803**	.564**	1	.597**	.818**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_7	Pearson Correlation	.764**	.590**	.812**	.616**	.776**	.597**	1	.638**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_8	Pearson Correlation	.622**	.809**	.519**	.936**	.601**	.818**	.638**	1	.883**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_T	Pearson									
OTA	Correlation	.833**	.852**	.787**	.862**	.832**	.867**	.852**	.883**	1
L	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

2. Uji Reliabilitas

a. Variabel Kualitas Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.962	18

b. Variabel Citra merk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	8

c. Variabel Atribut Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	6

d. Keputusan Pembelian

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	8

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.20658512
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.060
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

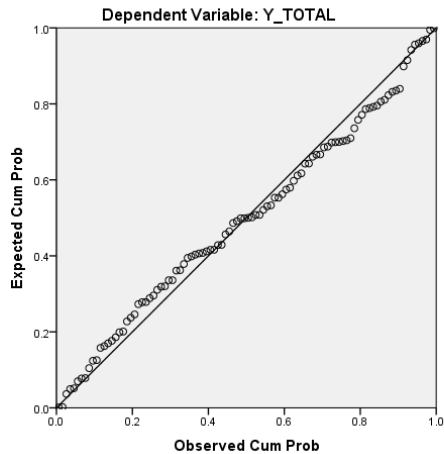
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



b. Uji multikolonieritas

Coefficients^a

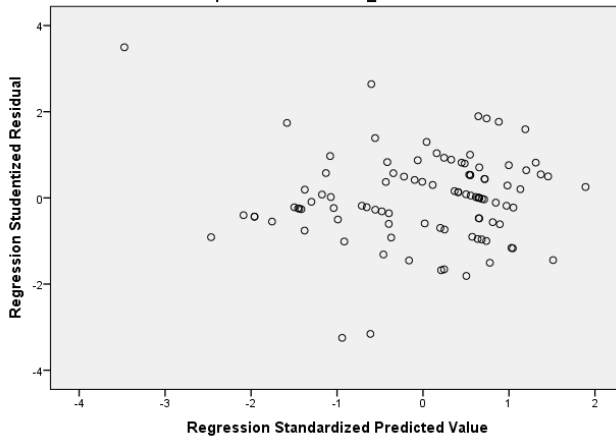
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KP_TOTAL	.889	1.124
	CM_TOTAL	.726	1.377
	AP_TOTAL	.789	1.267

a. Dependent Variable: Y_TOTAL

c. Uji Heterokedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Y_TOTAL



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.683	2.554		2.617	.010
	Kualitas Produk	-.075	.030	-.257	-2.505	.014
	Citra Merek	-.081	.069	-.134	-1.184	.239
	Atribut Produk	.167	.090	.201	1.851	.067

a. Dependent Variable: abs_res

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.491 ^a	.241	.218	4.27181

- a. Predictors: (Constant), Atribut Produk, Kualitas Produk, Citra Merek
 b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.946	3.995		2.239	.027
	Kualitas Produk	.097	.047	.194	2.061	.042
	Citra Merek	.237	.107	.230	2.207	.030
	Atribut Produk	.330	.141	.235	2.345	.021

- a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

5. Uji Hipotesis

a. Uji-t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.946	3.995		2.239	.027
	Kualitas Produk	.097	.047	.194	2.061	.042
	Citra Merek	.237	.107	.230	2.207	.030
	Atribut Produk	.330	.141	.235	2.345	.021

- a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Uji-F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	557.000	3	185.667	10.174	.000 ^b
	Residual	1751.840	96	18.248		
	Total	2308.840	99			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Atribut Produk, Kualitas Produk, Citra Merek



LAMPIRAN 5: Daftar Hadir Seminar Proposal

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KERTAS MINYAK CAP GAJAH

Nama : Mochamad Shohib Romli
Program Studi/ Angkatan : Manajemen/2015
NIM : 151500093

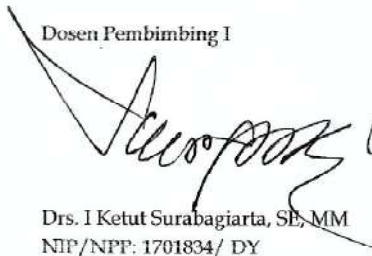
NO	NIM	NAMA	TTD
1	151500215	ARIS S	
2	151500118	Shuci Dwi Anisa	
3	151500197	Elviana U.F.	
4	151500218	Furi Ramadhani	
5	151500021	Randi fery v	
6	151500077	M. Saifan . S . H	
7	15150 0175	Ahmad Hasan Mahmas	
8	151500103	M. FIKRIL UMAMI	
9	15-150-0295	A. FAHRI HUSAINI	
10	15-150-0224	IMAM ABIL A.	
11	15-150-0063	Mawar widya Petri	
12	15-150-0183	Widia Affiani.p	
13	151500299	Nurul Dwi x	
14	151500162	Q. Umah	
15	151500206	Annaliza Rahms	

16	15150 0205	Ali Mahrus M.	
17	15150 0238	Nensy Ratna	
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			

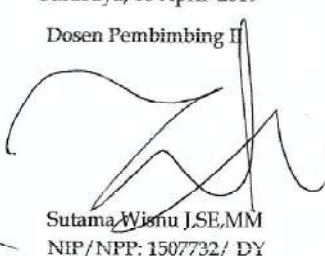
Surabaya, 16 April 2019

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Drs. I Ketut Surabagiarta, SE, MM
NIP/NPP: 1701834/ DY



Sutama Wianu, JSE, MM
NIP/NPP: 1507732/ DY

LAMPIRAN 6: Berita Acara Bimbingan Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Mochamad Shohib Romli
2. NIM : 151500053
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Mengajukan Skripsi : 14 November 2018
5. Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kertas Minyak Cap Gajah
6. Dosen Pembimbing : Drs. I Ketut Surabagiarta, SE, MM dan Sutama Wisnu Dyatmika,SE,MM
7. Konsultasi :

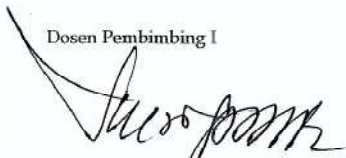
No	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/Kegiatan	Keterangan
1	14/11/2018		Judul Skripsi	ACC
2	06/12/2018		BAB I	Revisi
3	13/12/2018		BAB I	ACC
4	11/01/2019		BAB II	ACC
5	08/04/2019		BAB III	Revisi
6	09/04/2019		BAB III	ACC
7	16/04/2019		Seminar Proposal	ACC
8	25/06/2019		BAB IV & BAB V	Revisi
9	02/07/2019		BAB IV & BAB V	ACC

8. Tanggal selesai menulis skripsi : 02 Juli 2019

9. Telah diuji dengan nilai :

Surabaya, 15 Juli 2019

Dosen Pembimbing I



(Drs. I Ketut Surabagiarta, SE, MM)
NPP : 1701834/ DY

Dosen Pembimbing II



(Sutarna Wisnu Dyatmika, SE, MM)
NPP : 0709494/ DY

LAMPIRAN 7: Surat Ijin Penelitian



PT SUPARMA Tbk



Jl. Raya Masrip No. 856 Wangung, Karang Pilang, Surabaya 60221, Jawa Timur - Indonesia | Phone: (62-31) 60312883, 7665956 | Fax: (62-31) 60312882 | www.ptsuparमतbk.com

Surabaya, 3 Mei 2019

No : 008/HRD/SK/V/2019
Hal : Surat Keterangan

Yang bertanda tangan di bawah ini adalah Kadiv HRD & GA PT. SUPARMA Tbk yaitu :

Nama : PAULUS SENTANA
Jabatan : Manager Personalia

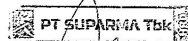
Menerangkan bahwa :

Nama : MOCHAMAD SHOHIB ROMLI
NIK : 100000806
Perguruan Tinggi : Universitas PGRI Adibuana Surabaya
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsiya yang berjudul: *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kertas Minyak Cap Gajah* sejak tanggal 1 januari sampai dengan tanggal 1 Mei 2019, dan telah pula membahas materi hasil penelitiannya dengan kami.

Demikian surat keterangan yang kami berikan. Semoga dapat dipergunakan dengan semestinya.

Hormat kami,
PT. Suparma Tbk.,



Paulus S. Sentana
Kadiv HRD & GA

LAMPIRAN 8: Surat Pernyataan Bebas Plagiat

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : I Made Bagus D., SE., MM.
Jabatan : Kepala Lab. Kewirausahaan

Menyatakan bahwa :

Nama : Mochamad Shohib R
NIM : 151500093
Prodi : Manajemen

telah melakukan uji plagiasi dengan judul artikel Pengaruh Kualitas, Citra Merek, Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kertas Minyak Cap Gajah, dengan hasil 24,06 % Similarities.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 19 Juli 2019
Kepala Laboratorium,



I Made Bagus D., SE., MM.

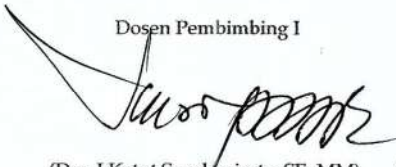
LAMPIRAN 9: Lembar Persetujuan

LEMBAR PERSETUJUAN

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

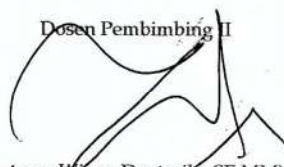
Tanggal : 15 Juli 2019

Dosen Pembimbing I



(Drs. I Ketut Surahagiarta, SE, MM)
NPP : 1701834/ DY

Dosen Pembimbing II



(Sutama Wisnu Dyatmika, SE, MM)
NPP : 0709494/ DY

LAMPIRAN 10: Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi



UNIVERSITAS PGRI ADIBUANA SURABAYA

Kampus I : Jl. Ngagel Dadi III-B/37, Surabaya. Telp. 031-5041097

Kampus II : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Surabaya. Telp. 031-8281181

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Mochamad Shohib Romli
2. NIM : 151500093
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Ujian : 26 Juli 2019
5. Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kertas Minyak Cap Gajah di Kecamatan Taman Sidoarjo.
6. Dosen Penguji : 1. Drs. Sigit Prihanto Utomo, S.E., M.M.
2. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M
7. Konsultasi

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji I	Paraf Penguji II
1	07-08-2019	Rancangan Penelitian hal 48 (ACC)		
2	07-08-2019	Penulisan Daftar Pustaka & Uji t (ACC)		
3	08-08-2019	Bab I Spasi Penulisan		
4	08-08-2019	Bab II Penelitian Terdahulu (ACC)		
5	08-08-2019	Bab III Rancangan Penelitian (ACC)		
6	08-08-2019	Bab IV Deskripsi Hasil Penelitian (ACC)		

Surabaya, 08 Agustus 2019

Mengetahui,
Dosen Penguji II

Dosen Penguji I

(Drs. Sigit Prihanto Utomo, S.E., M.M)
NIP/NPP : 8706188/ DY

(I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M)
NIP/NPP : 1109598/ DY