

DAFTAR PUSTAKA

<http://www.topbrand-award.com/>

- Aji, P. bagas. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *STIE PGRI Dewantara Jombang*, 10(2), 145-160.
- Arianto, N., & Patilaya, E. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SALT n PEPPER PADA PT MITRA BUSANA SENTOSA BINTARO*. 6(2), 143-154.
- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1768-1780.
- Christy Jacklin Gerung, J. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2221-2229. <https://doi.org/10.35794/EMBA.V5I2.16521>
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 441. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p17>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Lenzun, J. J., Massie, J. D. ., & 71 re, D. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1237-1245. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/5802/5335>
- Runtunuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1803-1813. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5973>
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika Dan Manajemen*, ISSN: 2252-6226, 5(2), 128-147.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073-1085.

<https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>

Weenas, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607-618. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>

Dan, Property et al. "Wilantikawulandari96@gmail.Com Sugiyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya."

Erdalina, Wahyu. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Citra Hand and Body Lotion Di Pariaman." *MENARA Ilmu* XII(9): 155-64.

Produk, Pengaruh Kualitas, Harga Dan, and Lokasi Terhadap. 2020. "SUPER CHICKEN DI JAMBANGAN KECAMATAN KEDAWUNG." 18(4): 291-97.

Infantri, A. D. D. N. (2014). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Honda Cb150r Streetfire Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2.

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

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

Nomor : 210078/01/FEB/II/2021
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
UD. Susilo
Jl. Raya Dr. Setiabudi, Kcc. Krian
di -
Sidoarjo

Sesuai kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Bimbi Arbianto
NIM : 171500021
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada UD Susilo Di Krian

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

Sidafaya, 09 Februari 2021

Drs. H. Teguh Purwanto M.M.
NIP. 19601222.199003.1001

Lampiran 2 Surat Balasan Ijin Penelitian

UD. SUSILO

Jln. Raya DR. Setiabudi No.39Krian

Kabupaten Sidoarjo

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Susilo
Jabatan : Pemilik usaha dagang "UD. Susilo"

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Bimbi Arbianto
Nim : 171500021
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen

Merupakan mahasiswa dari Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang benar-benar telah melakukan penelitian pada usaha dagang UD Susilo di Krian dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Garnier Men Pada "UD. Susilo" "Krian".

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya dan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sidoarjo, 6 Maret 2021



Susilo

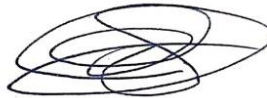
Lampiran 3 Persetujuan Dosen Pembimbing

LEMBAR PERSETUJUAN

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

Tanggal : 23 Juni 2021

Dosen Pembimbing,



Drs. H. Subakir, M.M
NPP: 8067129/DY

Lampiran 4 Berita Acara Bimbingan Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Bimbi Arbianto
NIM : 171500021
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Garnier Men Pada UD Susilo Di Krian
Dosen Pembimbing : Drs. H. Subakir, M.M
Uraian Kepembimbingan:

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	Keterangan	Tanda Tangan
1	27/10/2020	Penelitian Terdahulu + Judul	Acc	
2	12/11/2020	Matrik	Revisi	
3	19/11/2020	Matrik	Acc	
4	17/12/2020	Bab 1	Revisi	
5	04/01/2021	Bab 1	Acc	
6	21/01/2021	Bab 2	Revisi	
7	23/01/2021	Bab 2	Acc	
8	09/02/2021	Bab 3	Revisi	
9	13/02/2021	Bab 3	Acc	
10	17/06/2021	Bab 4 + Bab 5	Revisi	
11	21/06/2021	Bab 4 + Bab 5	Acc	

Bimbingan Selesai Pada Tanggal: 21 Juni 2021

Surabaya, 23 Juni 2021
Dosen Pembimbing,



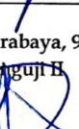
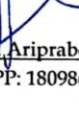



Drs. H. Subakir, M.M
NPP: 8067129/DY

Lampiran 5 Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Bimbi Arbianto
NIM/Program Studi : 171500021 / Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Garnier Men Pada UD Susilo Di Krian.
Tanggal Ujian Skripsi : 4 Juli 2021
Penguji : 1. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.
2. Tri Aripriabowo, S.E., M.Si.

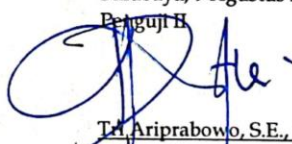
No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
			Penguji I	Penguji II
1	18 Juli 2021	Latar Belakang, Alat Pengumpulan Data		
2	22 Juli 2021	Hubungan Antar Variabel, Indikator penelitian		
3	27 Juli 2021	Uji Validitas Data		
4	29 Juli 2021	Definisi Operasional Variabel		
5	1 Agustus 2021	Daftar Pustaka		

Penguji I


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

Surabaya, 9 Agustus 2021

Penguji II


Tri Aripriabowo, S.E., M.Si
NPP: 1809867/DY

Lampiran 6 Berita Acara Ujian Proposal Skripsi



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus : Jl. DukuhMenanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.fe.unipashy.ac.id>

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini tanggal 6 Maret 2021 bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap *)Tahun Akademik20/20

Nama Mahasiswa	:	BIMBI ARBIANTO
NIM	:	171500021
Program Studi	:	Manajemen
Judul Proposal	:	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Garnier Men Pada UD. Susilo Di Krian

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	171600139	AVICHA FEBRIYANTI	
2	171600130	SITI MAISAROH	
3	171600122	QURROTU AINI NADA	
4	171500173	AISYATUN NAHDHIYAH	
5	171500089	SENDY VERMANDA PUTRA	
6	171600076	RYAN SEPTIAN	
7	171500013	HASAN SULAIMI	
8	171500016	AFIANI PUJI RAHAYU	
9	171500155	MOH. FARID MUKTIYONO E.	
10	171500094	DIAN AYU LESTARY	
11	171500189	AGDA PUTRA MUNA PRATAMA	
12	171500010	DESLAIDY DWI SISBI SUSANTO	
13	171600003	FITRIA SISKHA PRASTIWI	
14	171600207	RINELDA YUNIKE B.P.	
15	171500114	MITHA LAILATUL NADIFAH	

Surabaya, 6 Maret 2021

Penguji : Evita Purnaningrum,
S.Si., M.Si.

Pembimbing : Drs. H.Subakir M.M

Lampiran 7 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Garnier Men Pada UD Susilo Di Krian

Kepada :

Yth. Bapak/Ibu

Konsumen UD Susilo

Krian Sidoarjo

Dengan Hormat :

Bersamaan dengan surat ini, saya :

Nama : Bimbi Arbianto

NIM : 171500021

Alamat : Desa Tambak Selatan RT 03/ RW 04 Kec.

Krian – Kab. Sidoarjo

Fak/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen

(Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

Bersamaan dengan surat ini, saya bermaksud untuk meminta kesediaan Mahasiswa untuk mengisi kuesioner yang saya buat. Adapun kuesioner ini akan digunakan untuk pengambilan data skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik garnier men Pada UD Susilo di Krian”.

Dalam penelitian ini akan diteliti apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kosmetik garnier men pada UD Susilo di Krian.

Untuk itu, besar harapan saya agar kuesioner tersebut bisa diisi dengan benar sesuai dengan kenyataan yang selama ini anda alami. Karena dengan penelitian ini diharapkan dapat diketahui segala permasalahan mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kosmetik garnier men pada UD Susilo Di Krian.

Demikian surat permohonan ini, atas kerja sama dan bantuan yang diberikan saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Bimbi Arbianto

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki - laki
 - Perempuan
3. Usia :
 - < 20 tahun
 - 20 - 28 tahun
 - 29 - 35 tahun
 - 36 - 45 tahun
 - > 46 tahun
4. Pendidikan Terakhir :
 - SMA
 - Diploma (D1, D2,D3,D4)
 - Sarjana (S1,S2,S3)
5. Pekerjaan :

PETUNJUK PENGISIAN

- a. Bacalah baik - baik pertanyaan dan seluruh pilihan jawaban yang diberikan .
- b. Jawablah seluruh pertanyaan sesuai dengan hati nurani anda.
- c. Beri tanda centang (\checkmark) untuk setiap jawaban yang anda pilih pada kolom jawaban anda yang sudah disediakan, sebagai berikut:

Alternatif Jawaban SS, untuk Sangat Setuju

Alternatif Jawaban S, untuk Setuju

Alternatif Jawaban R, untuk Ragu - ragu

Alternatif Jawaban TS, untuk Tidak Setuju

Alternatif Jawaban STS, untuk Sangat Tidak Setuju

Terimakasih Atas partisipasi anda menjadi salah satu responden untuk mengisi kuesioner ini. Kami menghargai kejujuran anda dalam mengisi kuesioner dan kami menjamin kerahasiaan terkait dengan kuesioner ini. Hasil survey ini digunakan untuk penelitian skripsi.

KUALITAS PRODUK (X₁)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	UD Susilo mampu memenuhi produk kosmetik pada saat dipakai oleh pengguna					
2	Produk kosmetik garnier men UD Susilo pada saat dipakai oleh pengguna terasa nyaman					
3	Produk kosmetik garnier men UD Susilo mampu memberikan kenyamanan bagi pengguna					
Peniruan Produk						
4	Apakah Produk Kosmetik garnier men UD Susilo tidak mudah rusak					
5	Apakah Produk Kosmetik UD Susilo tidak mudah luntur pada saat dipakai					
6	Apakah Produk kosmetik UD susilo pada saat dipakai akan bertahan lama dibandingkan dengan produk kosmetik lainnya					
Produk Baru						
7	Apakah produk kosmetik garnier men UD Susilo mampu memberikan keistimewaan bagi pengguna					
8	Apakah kualitas produk garnier men UD Susilo sangat istimewa bagi pengguna					
9	Produk UD Susilo mampu memberikan keistimewaan mutu					

HARGA (X₂)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	UD Susilo mampu bersaing harga dengan toko lainnya					
2	Harga produk UD Susilo bervariasi sesuai dengan kualitas produk					
3	Harga produk kosmetik garnier men UD Susilo sangat terjangkau					
Peniruan Produk						
4	UD Susilo mampu memberikan harga yang lebih terjangkau					
5	Produk garnier men UD Susilo harganya lebih terjangkau dibandingkan dengan produk lainnya					
6	Konsumen lebih puas membeli produk pada UD Susilo karena harganya lebih terjangkau					
Produk Baru						

7	Kualitas Produk UD Susilo sesuai dengan harga jual					
8	UD Susilo mampu menjual produk sesuai dengan harga jual					
9	Harga jual pada UD Susilo sangat terjangkau sesuai dengan kualitas produk					

PROMOSI (X₃)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	UD Susilo mempromosikan produk.nya melalui periklanan					
2	Produk kosmetik UD Susilo di pasarkan melalui periklanan					
3	UD Susilo memasarkan produknya melalui periklanan seperti pamflet, poster					
Peniruan Produk						
4	UD Susilo memasarkan produknya secara langsung					
5	Apakah UD Susilo strategi pemasaran secara langsung baik					
6	UD Susilo mampu memberikan pemasaran langsung kepada konsumennya					
Produk Baru						
7	UD Susilo harus menyebarluaskan informasi sebuah produk kepada calon konsumen yang dianggap potensial					
8	Untuk memperoleh konsumen baru dan menjaga loyalitas konsumen					
9	Untuk memberitahukan keunggulan suatu produk dibandingkan dengan produk competitor					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	UD Susilo harus mencari informasi kepada konsumen agar membeli produknya					
2	Konsumen harus mencari informasi tentang produk-produk yang dianggap dapat memenuhi kebutuhannya					
3	Konsumen umumnya menerima sebagian besar informasi dari sumber komersial, yang dikendalikan oleh pemasar					
Peniruan Produk						
4	Konsumen UD Susilo merasa puas membeli produk kosmetik					

5	Merasa yakin dengan keputusan pembelian pada produk kosmetik pada UD Susilo					
6	Memutuskan untuk membeli produk kosmetik pada UD Susilo					
Produk Baru						
7	UD Susilo harus mengenalkan suatu masalah tentang produknya kepada konsumen					
8	Konsumen harus mengetahui masalah tentang kualitas produk UD Susilo					
9	Konsumen harus teliti dengan masalah kualitas produk yang dijual pada UD Susilo					

Lampiran 8 Tabulasi Data

No Responden	Variabel Kualitas Produk (X1)									Total X1
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	4	3	5	4	3	4	4	5	4	36
2	2	3	4	5	5	5	1	2	3	30
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	35
5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	33
6	4	4	5	5	5	5	5	4	5	42
7	4	5	3	5	4	4	5	5	5	40
8	2	1	3	3	4	5	4	3	4	29
9	3	2	5	4	5	3	2	1	5	30
10	2	3	5	4	3	5	3	2	5	32
11	4	4	5	2	5	5	5	3	4	37
12	4	5	5	5	4	3	5	5	5	41
13	4	5	3	2	5	5	4	4	5	37
14	3	5	4	2	5	5	3	5	4	36
15	4	5	4	3	4	2	5	4	5	36
16	3	4	5	3	3	5	5	5	5	38
17	3	5	4	2	4	5	4	3	5	35
18	4	3	4	5	4	5	3	2	4	34
19	3	4	5	5	5	4	3	5	5	39
20	4	3	2	5	5	5	4	4	3	35

21	5	4	2	1	4	4	5	3	5	33
22	2	5	5	4	4	5	2	5	5	37
23	3	5	4	1	5	4	5	3	5	35
24	2	5	5	4	2	3	5	3	5	34
25	5	5	4	3	5	2	4	3	5	36
26	2	5	4	3	5	5	4	3	1	32
27	5	3	2	4	4	2	5	5	4	34
28	3	1	5	4	4	3	5	3	4	32
29	2	5	5	3	4	2	5	5	5	36
30	5	3	2	4	1	5	4	5	4	33
31	5	3	5	4	3	5	2	5	5	37
32	3	4	2	5	4	4	5	5	3	35
33	5	3	5	4	2	5	5	3	5	37
34	5	2	5	4	3	2	5	5	5	36
35	4	5	3	4	2	1	5	5	4	33
36	2	5	5	4	3	5	2	5	1	32
37	3	5	3	4	4	3	5	2	5	34
38	1	5	5	4	3	5	2	2	5	32
39	3	2	5	1	5	5	3	5	5	34
40	2	4	5	5	5	3	4	2	5	35
41	5	5	4	3	2	5	4	5	5	38
42	3	2	5	3	3	5	4	3	5	33
43	3	5	5	4	2	2	5	4	4	34

No Responden	Variabel Harga(X2)									Total X2
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	3	4	4	4	4	3	3	4	4	33
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	38
5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
6	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
7	4	5	5	4	5	4	3	2	5	37
8	4	3	5	2	5	4	3	2	5	33
9	5	4	3	2	4	3	5	3	1	30
10	2	4	5	5	3	4	5	2	5	35
11	2	5	3	2	5	3	5	4	5	34
12	4	5	5	3	5	4	3	3	5	37
13	3	4	5	4	5	5	5	4	3	38
14	3	4	5	4	5	5	2	4	5	37
15	4	5	5	3	5	3	4	5	4	38
16	4	3	3	3	5	4	5	4	5	36
17	3	4	5	5	5	2	4	4	3	35
18	4	5	4	5	4	3	4	2	5	36
19	2	4	5	5	5	4	3	4	5	37
20	3	5	4	4	3	4	5	5	5	38
21	4	5	3	2	5	5	4	4	3	35
22	2	5	4	2	5	1	4	3	5	31

No Responden	Variabel Promosi(X3)									Total X3
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	4	4	4	4	3	5	4	4	5	37
2	5	5	4	4	4	4	5	5	4	40
3	5	5	5	4	4	4	4	5	5	41
4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	38
5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	37
6	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
7	4	3	5	5	4	2	3	5	5	36
8	4	5	4	4	5	4	5	2	5	38
9	4	1	5	4	4	3	4	5	5	35
10	2	5	4	2	4	3	5	5	3	33
11	2	4	3	2	5	5	4	5	5	35
12	2	5	4	3	5	4	3	5	5	36
13	4	3	5	3	4	4	5	4	3	35
14	3	4	5	5	5	4	5	3	5	39
15	5	4	2	4	5	3	4	4	5	36
16	5	4	4	4	3	4	5	2	3	34
17	4	3	2	5	5	4	3	5	4	35
18	4	3	5	4	5	3	2	5	5	36
19	2	5	4	3	5	4	2	5	5	35
20	4	4	5	5	5	4	5	4	4	40
21	5	5	4	3	1	5	5	4	5	37
22	3	4	2	3	5	2	3	4	5	31

No Responden	Variabel Keputusan Pembelian (Y)									Total Y
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	4	4	4	4	4	4	4	2	5	35
3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	37
4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	35
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
6	3	5	4	1	5	5	4	5	3	35
7	2	3	5	3	5	3	5	5	5	36
8	3	4	5	4	4	3	3	4	5	35
9	3	3	5	4	3	5	4	2	5	34
10	1	5	2	4	5	3	5	5	5	35
11	5	4	3	4	3	5	4	3	5	36
12	2	4	5	5	5	4	3	4	5	37
13	4	5	3	4	3	5	4	4	4	36
14	2	5	5	5	4	4	3	5	5	38
15	4	5	3	2	5	5	5	4	4	37
16	3	5	4	5	4	3	3	2	5	34
17	4	3	5	4	4	5	3	4	5	37
18	5	4	2	3	4	5	5	5	5	38
19	5	4	5	5	3	4	5	4	4	39
20	2	5	5	4	4	3	5	5	2	35
21	2	4	5	5	2	2	5	3	5	33
22	3	1	5	5	4	4	2	5	5	34

23	5	5	4	5	3	5	2	4	4	37
24	3	5	4	5	5	3	2	5	4	36
25	1	5	2	3	5	5	4	4	3	32
26	4	4	3	5	3	2	5	5	4	35
27	4	5	1	4	5	5	2	3	4	33
28	2	3	5	5	4	2	5	4	5	35
29	2	5	2	5	4	3	2	5	5	33
30	3	5	4	1	5	5	5	4	2	34
31	5	4	5	5	2	4	5	4	3	37
32	4	3	1	5	5	4	3	5	5	35
33	5	4	5	2	3	5	4	4	4	36
34	3	3	5	4	2	2	2	5	5	31
35	5	3	5	4	2	5	4	4	4	36
36	5	3	4	5	5	4	4	3	4	37
37	2	4	3	4	5	5	4	5	1	33
38	3	3	3	4	2	2	5	4	5	31
39	5	2	3	4	5	4	2	3	3	31
40	3	4	4	4	4	2	5	3	5	34
41	4	5	5	4	3	5	5	2	2	35
42	2	1	3	3	5	5	4	5	5	33
43	5	4	3	4	4	5	5	4	2	36
44	1	4	5	5	5	4	2	4	5	35
45	4	5	5	5	1	1	3	3	3	30

X1.3_2	Pearson Correlation	.303**	.362**	0,178	.238*	.324**	.232*	.374**	1	.209*	.604**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000	0,065	0,013	0,001	0,016	0,000		0,030	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X1.3_3	Pearson Correlation	.194*	.197*	0,174	.278**	.243*	0,036	.198*	.209*	1	.466**
	Sig. (2-tailed)	0,044	0,041	0,071	0,004	0,011	0,711	0,040	0,030		0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
Total X1	Pearson Correlation	.655**	.716**	.580**	.575**	.705**	.519**	.506**	.604**	.466**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

X2.3_2	Pearson Correlation	.192*	0,108	0,069	.226*	0,035	0,104	0,179	1	.199*	.452**
	Sig. (2-tailed)	0,046	0,266	0,478	0,018	0,722	0,284	0,064		0,039	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X2.3.3	Pearson Correlation	.235*	0,152	.322**	0,098	.240*	0,099	0,146	.199*	1	.551**
	Sig. (2-tailed)	0,014	0,116	0,001	0,314	0,013	0,307	0,132	0,039		0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
Total X2	Pearson Correlation	.628**	.476**	.634**	.530**	.482**	.464**	.458**	.452**	.551**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Variabel Promosi X3

Correlations

		X3.1_1	X3.1_2	X3.1_3	X3.2_1	X3.2_2	X3.2_3	X3.3_1	X3.3_2	X3.3_3	X3
X3.1_1	Pearson Correlation	1	.356**	-0,068	0,118	0,058	.228*	0,188	0,066	0,104	.441**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,481	0,222	0,551	0,018	0,051	0,500	0,285	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X3.1_2	Pearson Correlation	.356**	1	0,051	-0,081	0,166	.205*	.204*	0,106	0,106	.452**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,599	0,403	0,087	0,033	0,034	0,275	0,276	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X3.1_3	Pearson Correlation	-0,068	0,051	1	0,174	0,110	0,148	.316**	.266**	0,063	.436**
	Sig. (2-tailed)	0,481	0,599		0,071	0,258	0,126	0,001	0,005	0,520	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X3.2_1	Pearson Correlation	0,118	-0,081	0,174	1	0,151	0,019	0,107	-0,008	0,018	.317**

	Sig. (2-tailed)	0,222	0,403	0,071		0,119	0,845	0,269	0,936	0,852	0,001
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X3.2_2	Pearson Correlation	0,058	0,166	0,110	0,151	1	.341**	.307**	0,127	.314**	.576**
	Sig. (2-tailed)	0,551	0,087	0,258	0,119		0,000	0,001	0,189	0,001	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X3.2_3	Pearson Correlation	.228*	.205*	0,148	0,019	.341**	1	.415**	0,131	.296**	.616**
	Sig. (2-tailed)	0,018	0,033	0,126	0,845	0,000		0,000	0,175	0,002	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X3.3_1	Pearson Correlation	0,188	.204*	.316**	0,107	.307**	.415**	1	0,163	.300**	.659**
	Sig. (2-tailed)	0,051	0,034	0,001	0,269	0,001	0,000		0,091	0,002	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X3.3_2	Pearson Correlation	0,066	0,106	.266**	-0,008	0,127	0,131	0,163	1	.305**	.473**

	Sig. (2-tailed)	0,500	0,275	0,005	0,936	0,189	0,175	0,091		0,001	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X3.3_3	Pearson Correlation	0,104	0,106	0,063	0,018	.314**	.296**	.300**	.305**	1	.581**
	Sig. (2-tailed)	0,285	0,276	0,520	0,852	0,001	0,002	0,002	0,001		0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
Total X3	Pearson Correlation	.441**	.452**	.436**	.317**	.576**	.616**	.659**	.473**	.581**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Variabel Keputusan Pembelian Y

Correlations

		Y.1_1	Y.1_2	Y.1_3	Y.2_1	Y.2_2	Y.2_3	Y.3_1	Y.3_2	Y.3_3	Total Y
Y.1_1	Pearson Correlation	1	.256**	.256**	.428**	0,101	.306**	.286**	0,029	0,050	.592**
	Sig. (2-tailed)		0,007	0,007	0,000	0,298	0,001	0,003	0,768	0,608	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
Y.1_2	Pearson Correlation	.256**	1	.222*	.220*	.240*	.239*	.207*	0,120	0,018	.542**
	Sig. (2-tailed)	0,007		0,021	0,022	0,013	0,013	0,032	0,215	0,851	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
Y.1_3	Pearson Correlation	.256**	.222*	1	.494**	.308**	0,088	0,182	0,076	0,117	.610**
	Sig. (2-tailed)	0,007	0,021		0,000	0,001	0,363	0,059	0,437	0,229	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
Y.2_1	Pearson Correlation	.428**	.220*	.494**	1	.291**	0,077	0,173	0,162	0,178	.660**

	Sig. (2-tailed)	0,000	0,022	0,000		0,002	0,426	0,074	0,095	0,065	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
Y.2_2	Pearson Correlation	0,101	.240 [*]	.308 ^{**}	.291 ^{**}	1	.237 [*]	0,068	-0,031	0,121	.497 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,298	0,013	0,001	0,002		0,014	0,481	0,746	0,211	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
Y.2_3	Pearson Correlation	.306 ^{**}	.239 [*]	0,088	0,077	.237 [*]	1	0,162	0,043	0,103	.484 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,013	0,363	0,426	0,014		0,093	0,659	0,290	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
Y.3_1	Pearson Correlation	.286 ^{**}	.207 [*]	0,182	0,173	0,068	0,162	1	0,147	0,058	.492 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,032	0,059	0,074	0,481	0,093		0,130	0,551	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
Y.3_2	Pearson Correlation	0,029	0,120	0,076	0,162	-0,031	0,043	0,147	1	0,189	.373 ^{**}

	Sig. (2-tailed)	0,768	0,215	0,437	0,095	0,746	0,659	0,130		0,050	0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
Y.3_3	Pearson Correlation	0,050	0,018	0,117	0,178	0,121	0,103	0,058	0,189	1	.379**
	Sig. (2-tailed)	0,608	0,851	0,229	0,065	0,211	0,290	0,551	0,050		0,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
Total Y	Pearson Correlation	.592**	.542**	.610**	.660**	.497**	.484**	.492**	.373**	.379**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 10 Uji Reliabilitas

1. Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
,744.	9

2. Variabel Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
,885	9

3. Variabel Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
,605	9

4. Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
,625	9

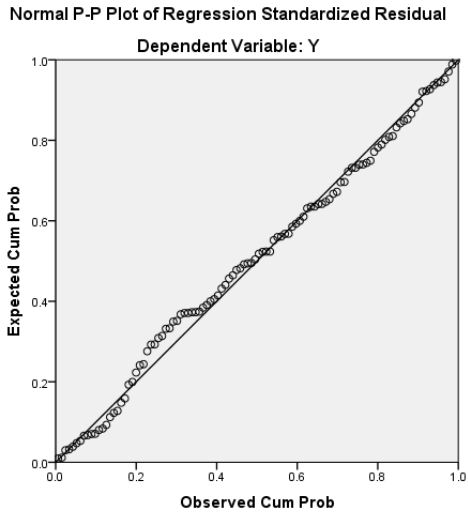
Lampiran 11 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas
2. Gambar Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.32640647
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.040
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
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.



3. Uji Multikolineritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
Model		B	Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.541	3.764		4.394	.000		
	Kualitas Produk	.221	.081	.258	2.748	.007	.876	1.141
	Harga	.232	.087	.257	2.665	.009	.827	1.209
	Promosi	.065	.080	.073	.804	.424	.938	1.067

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

4. Uji Autokorelasi

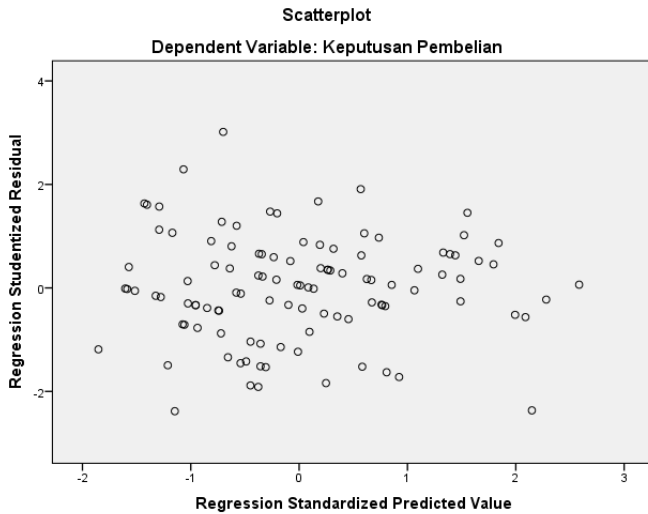
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.444 ^a	.197	.174	2.360	1.962

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

5. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 12 Analisis Regresi Linier berganda

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.541	3.764		4.394	.000
	Kualitas Produk	.221	.081	.258	2.748	.007
	Harga	.232	.087	.257	2.665	.009
	Promosi	.065	.080	.073	.804	.424

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	142.333	3	47.444	8.520	.000 ^b
	Residual	579.102	104	5.568		
	Total	721.435	107			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.541	3.764		4.394	.000
	Kualitas Produk	.221	.081	.258	2.748	.007
	Harga	.232	.087	.257	2.665	.009
	Promosi	.065	.080	.073	3.804	.424

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian