

DAFTAR PUSTAKA

- Berman, B. & J.R. Evans (2010). *Retail Management: A Strategic Approach, Eleventh Edition; Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.*
- Chen, Han Shen dan Tsuifang Hsieh. (2011). *The effect of atmosphere on customer perceptions and customer behaviour responses in chain store supermarkets . Jurnal.*
- Drajat. (2020) *Sosiologi UNS: Pentingnya Solidaritas untuk Mendukung Social Distancing. Humas UNS/Ratri*
- Fitriyah, Nikmatul. (2013). *Pengaruh Kelompok Acuan Dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Jetis Pada Toko Amri Jaya Sidoarjo. Jurnal.*
- Kotler, P.& Keller, K.L. (2012). *Marketing Management (13th ed.). New Jersey : Prentice Hall, Inc.*
- Kotler, P. & Armstrong, G (2012). *Principles of Marketing (14th ed). New Jersey :Prentice hall.*
- Joesyiana (2018) *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas*
- Maisyarah, Vivi Dan Liasta Ginting. (2010). *Analisis Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Manajemen Ekstensi Fakultas Ekonomi Usu. Jurnal*

- Magenta, Djanur. (2015). *Membangun Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian (Studi pada Toko Essy's Brownies Semarang)*. Skripsi
- Nadzirummubin, Muchamad dan Salim Al Idrus. (2018) . *Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian Pada Toko Buku Togamas Cabang Kota Malang*. Jurnal
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*
- Tendean A dan Arry Widodo . (2013) *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Maja House Sugar & Cream Bandung)*. Jurnal
- Putri, Harlina Lily, Srikandi Kumadji dan andriani Kusumawati. (2014). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Monopoli Cafe And Resto Soekarno Hatta Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 15 No. 2 Oktober 2014
- Zumla, Alimuddin; Yew, Wing-Wai; Hui, David S. C.
(2010). *Emerging Respiratory Infections in the 21st Century, An Issue of Infectious Disease Clinics* (dalam bahasa Inggris). **24**. Elsevier Health Sciences. hlm. 614. ISBN 978-1-4557-00387 Diakses tanggal 20 juni (2020)

Lampiran 1

SURAT IZIN 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 : 200964/01/FE/ VIII /2020
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
PT. Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart)
Jl. Jemur Wonosari 2, Gang Pabrik Kulit,
Wonocolo
di -
Surabaya

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 : Riesta Rosalina Kusumawardani
NIM : 151500235
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Social Distancing, Word Of Mouth, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sabun Merek Lifebouy Pada Alfamart Jemur Wonosari Surabaya

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

Surabaya, 24 Agustus 2020

D e k a n

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

SURAT BALASAN PENELITIAN



SURAT KETERANGAN

Kepada Yth :
Bapak/Ibu
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Di Tempat

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Edwin.A / Mumuj. A. Purwanto
Jabatan : HRD & GA Manager

Menerangkan bahwa :

Nama : Riesta Rosalina Kusumawardani
NIM : 151500235
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1

Telah melakukan penelitian di PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA, Jl Jemur Wonosari 2.Kec.Wonocolo.SBY Jawa Timur 60237. Dengan judul **"PENGARUH SOCIAL DISTANCING, WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SABUN MEREK LIFEBOUY PADA ALFAMART JEMUR WONOSARI SURABAYA"** Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 09 November 2020

HRD & GA Manager

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Edwin.A / Mumuj. A. Purwanto".

Edwin.A / Mumuj. A. Purwanto

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Riesta Rosalina K
 2. NIM : 151500235
 3. Program Studi : Manajemen
 4. Judul Skripsi : Pengaruh *Social Distancing, Word of Mouth*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sabun Merek *Lifebouy* pada *Alfamart* Jemur Wonosari Surabaya
 5. Dosen Pembimbing : 1. I Made Bagus Dwiarta, S.E, M.M
 6. Periode Kepembimbingan : 20 Maret - 18 September 2020

No.	Tanggal	Uraian/Kegiatan	Keterangan	Paraf Pembimbing
1.	23 Maret 2020	Konsultasi Konsep Penelitian	Revisi	
2.	19 April 2020	Konsep penelitian	ACC	
3.	6 Mei 2020	BAB I	Revisi	
4.	17 Mei 2020	BAB I	ACC	
5.	23 Mei 2020	BAB II	Revisi	
6.	28 Mei 2020	BAB II	ACC	
7.	31 Mei 2020	BAB III	Revisi	
8.	4 Juni 2020	BAB III	ACC	
9.	8 Juni 2020	Persiapan Ujian Proposal		
10.	11 Juni 2020	Ujian Proposal		
11.	21 Juni 2020	Kuisisioner Penelitian	ACC	
12.	24 Juli 2020	BAB IV,V	Revisi	
13.	28 Juli 2020	BAB IV, V	ACC	
14.	7 Agustus 2020	Artikel	Revisi	
15.	9 Agustus 2020	Artikel	ACC	

7. Tanggal selesai menulis skripsi : 16 Desember 2020

Surabaya, 21 Desember 2020

Dosen Pembimbing

(I Made Bagus Dwiarta, S.E, M.M)

NIP. 1109598/DY



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	: Diesta Rosalina K
Prodi / NIM	: Manajemen / 151500235
Judul Skripsi	: Pengaruh Social Distancing, Word of Mouth, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sabun Merek Lifebuoy Pada Alconart Jember Warasari Surabaya
Dosen Pembimbing	: Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.Si
Periode Kepembimbingan	: 20 Maret s/d 18 September 2020

URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
	23 maret 2020	konsultasi konsep penelitian		<input checked="" type="checkbox"/>
	19 April 2020	Acc konsep penelitian		<input checked="" type="checkbox"/>
	6 mei 2020	Bab I Revisi		<input checked="" type="checkbox"/>
	17 mei 2020	Bab I Acc		<input checked="" type="checkbox"/>
	23 mei 2020	Bab II revisi		<input checked="" type="checkbox"/>
	28 mei 2020	Bab II Acc		<input checked="" type="checkbox"/>
	31 mei 2020	Bab III revisi		<input checked="" type="checkbox"/>
		Bab III Acc		<input checked="" type="checkbox"/>
		persiapan ujian proposal		<input checked="" type="checkbox"/>
	11 Juni 2020	Ujian proposal		<input checked="" type="checkbox"/>
	21 Juni 2020	kuisioner penelitian		<input checked="" type="checkbox"/>
	27 Juli 2020	Bab IV tesis		<input checked="" type="checkbox"/>
	28 Juli 2020	Bab IV Acc		<input checked="" type="checkbox"/>
	9 Agustus 2020	Artikel ACC		<input checked="" type="checkbox"/>

Bimbingan selesai pada tanggal :

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa,




LEMBAR PERSETUJUAN

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

Tanggal : 20 Januari 2021

Dosen Pembimbing


(I Made Bagus Dwiarta, S.E,M.M)
NPP: 109598 /DY



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

Kampus II Dukuh Menanggal XII/4, Telp-Fax 031-8281183 Surabaya 60234
Website <http://www.unpasby.ac.id>

**BERITA ACARA
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI**

Nama : Riesta Rosalina K
 NIM / Program Studi : 151500235 , Manajemen
 Judul Skripsi : Pengaruh Social Distancing, Word of Mouth, dan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian konsumen Sabun Merek Lifebuoy Pada Alconart Jemur Wonosari Surabaya
 Tanggal Ujian Skripsi : 27 Januari 2021
 Penguji : 1. Dr. Untung Lasiyono, S.E., M.Si
2. Siti Samsiyah, S.E., M.A

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	07-2-2021	Pembatasan Jurnal terdahulu & Jarak spasi	
2	03-2-2021	ACC	
3	1-2-2021	Urut kata spasi, Revisi Pada bab IV	
4	08-2-2021	Alasan memaknai Penelitian terdahulu	
5	11-2-2021	ACC	
6			
7			
8			

Penguji I,

Surabaya, 01 - Februari - 2021
Penguji II,

<p>1) Apakah social distancing berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sabun merek lifebuoy pada alfamart jemur wonosari surabaya</p> <p>2) Apakah</p>	<p>Social Distancing (X₁)</p> <p>Word Of Mouth (X₂)</p> <p>Kualitas Produk (X₃)</p> <p>Keputus</p>	<p>Social Distancing (Casareo 2007:11)</p> <p>Social distancing adalah kurangnya ketersediaa n dan keterbukaa n yang dirasakan dan diakui sebagai dasar dari mereka</p>	<p>Variabel Penelitian :</p> <p>Variabel Bebas:</p> <p>Social Distancing (X₁)</p> <p>Word Of Mouth (X₂)</p> <p>Kualitas Produk (X₃)</p> <p>Variabel</p>	<p>1. Social Distancing (X₁) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)</p> <p>konsu men sabun merek</p>	<p>Seluruh konsumen sabun merek lifebuoy pada alfamar t jemur wonosa ri suraba ya</p>	<p>Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berku</p>	<p>Kuisi oner</p>	<p>Uji Intrumen Uji Validitas Uji Reliabilitas Uji Asumsi Klasi k Uji Multi</p>	<p><i>Alma, Buchari . (2014). Manajemen Pemasaan dan Pemasaan Jasa. Bandung : penerbit. Alfabet Angipora, Marius P, 2013,</i></p>
--	---	--	---	---	---	---	-------------------	--	---

<p>word of mouth berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sabun merek lifebuoy pada alfamart jemur wonosari surabaya</p> <p>3) Apakah kualitas</p>	<p>an Pembelian (Y)</p>	<p>dimasukkan dalam kategori sosial.</p> <p>Word of Mouth (Joesyiana 2018)</p> <p>Word of mouth adalah kegiatan memberikan informasi penilaian</p>	<p>Terikat :</p> <p>Keputusan pembelian (Y)</p> <p>Indikator social distancing (Wiku Adisasmito)</p> <p>-Objective Social</p>	<p>lifebuoy pada alfamart jemur wonosari surabaya</p> <p>2. Word of mouth (X₂) berpengaruh terhadap</p>		<p>ng dan membeli produk Alfamart Jemur Wonosari Surabaya</p> <p>Sam</p>		<p>kolinearitas Uji Heteroskedastisitas Uji Normalitas Uji Auto Korelasi</p> <p>Analisis</p>	<p>Dasar-Dasar Pemasaran, Jakarta, PT Raja Grafindo</p> <p><i>Booy, Robert; Ward, James (2015). "Eviden</i> <i>ce compendium and</i></p>
---	--------------------------------	---	---	--	--	--	--	---	--

<p>produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sabun merek lifebuoy pada alfamart jemur wonosari surabaya</p> <p>4) Apakah social distancing, word of</p>		<p>atau pandangan terhadap suatu produk barang dan jasa kepada orang-orang terdekat apakah produk atau jasa tersebut layak dikonsumsi atau tidak bagi calon</p>	<p>Distance (OSD) -Distance Social Subjective (SSD)</p> <p>Indikator word of mouth (Kotler dan Keller 2009:512 dalam Joesyiana 2018)</p> <p>-kemauan konsumen</p>	<p>apakah keputusan pembelian (Y) konsumen sabun merek lifebuoy pada alfamart jemur wonosari</p>		<p>pel dalam penelitian ini sebanyak 90 responden</p>		<p>Linier Regresi Berganda</p> <p>Uji Hipotesis</p> <p>1.</p> <p>2.</p>	<p><u>advice on social distancing and other related measures for response to an influenza pandemic</u> (PDF). <u>Paediatric Respiratory Reviews</u></p>
--	--	---	--	--	--	---	--	---	---

<p>mouth dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sabun merek lifebuoy pada alfamart jemur wonosari surabaya</p>		<p>konsumen.</p> <p>Kualitas produk (Kotler dan Keller 2016:164)</p> <p>Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau</p>	<p>- rekomendasi jasa produk -dorongan atau relasi</p> <p>Indikator kualitas produk (Permana 2013:100)</p>	<p>surabaya</p> <p>3. Kualitas produk (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) konsu</p>				<p>Koefisien Determinasi</p>	<p>. National Centre for Immunisation Research and Surveillance. 16 (2):119-126. doi:10.1016/j.prrv.2014.01.003. PMID 24630149.</p>
---	--	--	---	---	--	--	--	-------------------------------------	--

		<p>kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.</p> <p>Keputusan Pembelian (Tjiptono 2014:21) keputusan pembelian adalah</p>	<p>-mutu kerja</p> <p>- keandalan</p> <p>- keistimewaan</p> <p>-Daya tahan</p> <p>-Mutu kesesuaian</p> <p>-gaya</p> <p>Indikator keputusan</p>	<p>men sabun merek lifebuoy pada alfamart jemur wonosari surabaya</p> <p>4. Ocial Distan cing (X_1),</p>					
--	--	--	---	---	--	--	--	--	--

		sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya , mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu	pembelian (Kotler dan Amstrong 2016:177) -pilihan produk -pilihan merek -pilihan penyalur -waktu pembelian -jumlah pembelian	Word of mouth (X_2) dan Kualitas produk (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian					
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--

				(Y) konsu men sabun merek lifebuo y pada alfama rt jemur wonos ari Suraba ya					
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

KUESIONER

PENGARUH *SOCIAL DISTANCING*, *WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SABUN MEREK *LIFEBUOY* PADA *ALFAMART* JEMUR WONOSARI SURABAYA

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan di atas, maka dengan hormat, saya:

Nama : Riesta Rosalina Kusumawardani

NIM : 151500235

Memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pernyataan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pernyataan ini, saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Jenjang Strata Satu (S1), Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Atas partisipasi Saudara/I dalam mengisi daftar pernyataan/kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

A. Identitas responden

1. No Responden :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Perempuan
3. Usia : tahun
4. Pekerjaan :
5. Pendidikan Terakhir :

B. Petunjuk pengisian

Berilah tanggapan anda mengenai pernyataan dibawah ini dengan memberi tanda checkmark (√) pada salah satu kolom jawaban.

C. Keterangan :

Sangat Setuju	(SS)
Setuju	(S)
Netral	(N)
Tidak Setuju	(TS)
Sangat Tidak Setuju	(STS)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Indikator Sosial Distancing						
Menghindai kontak fisik						
1	Saya menghindari kontak fisik untuk penyebaran covid-19					
2	Saya menghindari bertemu dengan teman atau orang lain untuk penyebaran covid-19					
Penutupan Sekolah						
3	sekolah diliburkan bertujuan untuk memutus rantai penyebaran covid-19					
4	Pemerintah memerintahkan penutupan sekolah untuk mencegah penyebaran covid-19					
Penutupan Tempat Kerja						
5	Pemerintah memerintahkan penutupan tempat kerja untuk penerapan <i>Social Distancing</i>					
6	Manajemen memutuskan <i>Work From Home</i> (WFH) untuk mencegah penyebaran covid-19					

Pembatalan Pertemuan Masal						
7	Pemerintah memerintahkan pembatalan pertemuan massal untuk mencegah penyebaran covid-19					
8	Saya tidak datang ke acara pertemuan massal untuk memutus penyebaran covid-19					
Pembatasan Perjalanan						
9	Saya melakukan pembatasan perjalanan untuk menghindari penularan covid-19					
10	Saya tidak melakukan aktifitas diluar rumah untuk mencegah penyebaran covid-19					
Perlindungan Umum						
11	Pemerintah menyiapkan fasilitas di berbagai tempat untuk perlindungan umum					
12	Pemerintah menyiapkan peralatan di fasilitas umum untuk memenuhi protokol kesehatan penyebaran covid-19					
Karantina						

13	Saya melakukan karantina mandiri untuk mencegah penyebaran covid-19					
14	Saya berdiam diri dirumah untuk memutus rantai penularan covid-19					
<i>Word Of Mouth</i>						
Kemauan Konsumen						
15	Saya mengetahui hal - hal positif tentang produk sabun merek <i>Lifebuoy</i> dari orang lain					
16	saya juga sering mendengar orang lain yang menceritakan kepuasannya setelah menggunakan produk sabun merek <i>Lifebuoy</i>					
Rekomendasi Jasa dan Produk						
17	Rekomendasi kepada orang lain untuk membeli sabun merek <i>Lifebuoy</i>					
18	saya selalu tertarik mempromosikan produk-produk dari sabun merek <i>Lifebouy</i>					
Dorongan Terhadap Teman atau Relasi						
19	Mengajak teman atau relasi untuk membeli					

	sabun merek <i>Lifebuoy</i>					
20	Saya meyakinkan ke beberapa kerabat yang memiliki persepsi negatif, untuk membeli sabun merek <i>Lifebuoy</i>					
Kwalitas Produk						
21	Produk sabun merek <i>Lifebuoy</i> dapat membersihkan kotoran dengan mudah					
22	Produk sabun merek <i>Lifebuoy</i> mempercantik penampilan saya					
Mutu Kinerja						
23	Sabun merek <i>Lifebuoy</i> tidak merusak kulit					
24	Produk sabun merek <i>Lifebuoy</i> menjadikan kulit sehat					
Keandalan						
25	Aroma produk sabun merek <i>Lifebuoy</i> wangi					
26	produk sabun merek <i>Lifebuoy</i> wangi memiliki aroma khas					
Keistimewaan						
27	Aroma produk sabun merek <i>Lifebuoy</i> lebih lama					
28	Aroma produk sabun merek <i>Lifebuoy</i> tidak berubah meskipun telah digunakan berkali-kali					

Daya Tahan						
29	Sabun merek <i>Lifebuoy</i> memiliki komposisi produk yang pas					
30	Produk sabun merek <i>Lifebuoy</i> terbuat dari bahan alami					
Mutu Kesesuaian						
31	Sabun merek <i>Lifebouy</i> adalah Sabun memberikan sensasi mewah disetiap mandi					
32	Desain sabun merek <i>Lifebuoy</i> menampilkan kesan yang menarik					
Gaya						
33	Saya membeli karena keberagaman produk yang ditawarkan sabun merek <i>Lifebouy</i>					
34	Sabun merek <i>Lifebouy</i> di lebih baik dari merek pesaing					
Keputusan Pembelian						
Pilihan Produk						
35	Alfamart Jemur Wonosari Surabaya menawarkan produk yang lengkap					
36	Pembelian berdasarkan kepopuleran sabun merek <i>Lifebouy</i> di Alfamart Jemur Wonosari Surabaya					
Pilihan Merk						
37	Alfamart Jemur					

	Wonosari Surabaya berada tempat yang strategis					
38	Kemudahan membeli di Alfamart Jemur Wonosari Surabaya (cash, debit)					
Pilihan Penyalur						
39	Saya selalu membeli sabun merek <i>Lifebouy</i> di Alfamart Jemur Wonosari Surabaya apabila ada promo					
40	Saya selalu membeli sabun merek <i>Lifebouy</i> di Alfamart Jemur Wonosari Surabaya 1 bulan sekali					
Waktu Pembelian						
41	Saya selalu membeli sabun merek <i>Lifebouy</i> di Alfamart Jemur Wonosari Surabaya dengan rutin					
42	Saya selalu membeli sabun merek <i>Lifebouy</i> di Alfamart Jemur Wonosari Surabaya sesuai kebutuhan					
Jumlah Pembelian						

Lampiran 9

Tabulasi Variabel Social Distance

Rekapitulasi Jawaban Responden															Total
Variabel Social Distancing (X1)															
No	Pertanyaan														Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	57
3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	66
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	68
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
7	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	45
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
9	4	3	3	4	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	54
10	5	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	50
11	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4	4	5	5	5	53
12	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	48
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	44
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
16	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
17	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
18	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54
19	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	49
20	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	5	5	4	4	59
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	58
22	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	64
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	54
24	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
25	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	49
26	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	44
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
28	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
29	4	4	3	4	5	2	4	5	5	5	3	3	4	4	54
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	68
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
33	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	55
34	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
35	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	3	3	5	5	53
36	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
37	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	50
38	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
39	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	55
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
41	5	5	3	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	55
42	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
43	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	50
44	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	66
45	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	50
46	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	52
47	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
48	5	5	1	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	55
49	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54
50	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	53
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	54
52	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	59
53	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	43
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
55	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	68
56	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	62
57	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
59	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
61	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	59
62	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	44
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
64	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	54
65	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	57
66	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	51
67	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
68	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
69	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	55
70	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
71	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	59
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
73	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	54
74	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	45

Lampiran 8
 Tabulasi Variabel Word Of Mouth

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Word Of Mouth (X2)							
No	Pertanyaan						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	4	5	4	28
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	5	5	5	5	30
9	4	5	3	3	3	3	22
10	4	4	4	3	4	5	24
11	4	4	4	4	3	3	22
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	5	5	5	5	4	28
14	4	5	4	3	3	4	23
15	3	3	3	3	3	3	18
16	3	3	3	4	4	3	20
17	4	4	3	4	4	3	22
18	3	4	4	4	4	4	23
19	5	5	5	5	5	5	30
20	4	4	4	4	4	5	25
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	5	5	5	5	5	30
23	4	4	4	4	4	4	24
24	2	3	2	3	3	2	15
25	4	4	4	4	4	4	24
26	3	3	3	3	3	3	18
27	4	4	4	4	4	4	24
28	3	4	3	3	4	4	21
29	4	4	4	4	4	4	24
30	5	5	5	4	5	4	28
31	4	5	5	5	5	5	29
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	3	3	3	3	3	3	18
35	5	5	5	5	5	5	30
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	3	4	23
38	4	4	4	4	5	4	26
39	4	4	4	4	4	4	24
40	3	4	4	4	4	4	23
41	4	4	3	3	5	4	23
42	4	4	4	3	4	4	23
43	4	4	4	4	3	4	23
44	4	5	5	4	4	4	26
45	4	4	4	4	4	4	24
46	3	3	3	3	3	3	18
47	4	4	4	4	4	4	24
48	5	5	5	4	5	5	29
49	5	5	4	4	4	4	26
50	3	4	4	4	4	3	22
51	4	4	4	4	5	4	25
52	5	4	5	5	5	5	29
53	3	3	3	2	2	2	15
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	5	5	5	5	4	28
56	4	4	4	4	4	4	24
57	3	3	3	4	4	3	20
58	4	4	4	4	4	4	24
59	2	2	2	2	2	2	12
60	4	4	4	4	4	4	24
61	3	4	3	3	4	3	20
62	5	5	5	5	5	4	29
63	3	3	3	4	3	3	19
64	4	5	5	4	4	5	27
65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	4	4	4	4	4	24
67	2	3	3	3	3	4	18
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	4	4	4	24
70	3	4	4	2	4	4	21
71	4	4	4	3	4	4	23
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	4	4	3	4	5	24
74	3	4	3	3	3	4	20

Lampiran 9

Tabulasi Variabel Kualitas Produk

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X3)														
No	Pertanyaan												Total	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
2	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	55
3	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	53
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	57
5	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	41
6	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	46
7	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	41
8	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	55
9	4	4	3	5	4	5	5	3	4	3	4	4	4	48
10	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	46
11	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	43
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	37
13	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	50
14	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	40
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
16	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	43
17	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	39
18	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	45
19	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
20	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	48
21	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
22	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	47
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
24	3	3	2	3	4	4	3	3	2	2	2	3	3	34
25	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	45
26	2	2	1	3	3	2	2	2	2	1	2	3	2	25
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
28	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	39
29	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	47
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	56
31	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
33	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	53
34	3	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3	1	2	26
35	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	50
36	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	50
37	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	41
38	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
39	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
40	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	51
41	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	5	48
42	5	4	3	5	5	5	4	3	3	2	3	5	4	47
43	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	41
44	4	4	3	5	5	2	2	3	4	4	4	4	4	44
45	3	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	42
46	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	42
47	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	52
48	4	4	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	51
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
51	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	42
52	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
53	4	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	4	3	34
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
55	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	54
56	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	54
57	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	55
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
59	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	41
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
61	3	2	2	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	39
62	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	45
63	5	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	43
64	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	45
65	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	53
66	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	44
67	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	38
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
70	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	46
71	3	3	3	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	46
72	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	58
73	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
74	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	41

Lampiran 9

Tabulasi Variabel Kualitas Produk

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)											
No	Pertanyaan										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	41
10	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	36
11	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	35
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
14	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	35
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	36
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	43
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
24	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	33
25	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
26	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
29	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44
34	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
37	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	32
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	4	5	3	3	4	5	5	5	4	5	43
42	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	37
43	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	32
44	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	38
45	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	40
46	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37
47	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	43
48	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
51	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	32
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	47
56	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
57	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
59	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	37
62	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
63	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	33
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
67	3	4	3	3	4	3	4	2	2	3	31
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
70	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	36
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
72	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
73	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
74	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	33

Hasil Spss

Frequencies

Notes		
Output Created		
Comments		
Input	Data	D:\SKRIPSI 2020\UNIP
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing v missing.
	Cases Used	Statistics are based on data.
Syntax		FREQUENCIES VARI X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X X1.11 X1.12 X1.13 X1 /STATISTICS=MEAN /ORDER=ANALYSIS
Resources	Processor Time	
	Elapsed Time	

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

[DataSet1] D:\SKRIPSI 2020\UNIPA\30 juni\IN PUT.sav

		Statistics									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
N	Valid	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.2027	4.0270	3.8243	3.8784	3.9730	3.6757	3.9054	3.8649	3.9595	4.0000

Frequency Table

		X1.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	12.2	12.2	12.2
	4	41	55.4	55.4	67.6
	5	24	32.4	32.4	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.7	2.7	2.7
	3	16	21.6	21.6	24.3
	4	34	45.9	45.9	70.2
	5	22	29.7	29.7	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.4	1.4	1.4
	3	21	28.4	28.4	29.8
	4	41	55.4	55.4	85.2
	5	11	14.9	14.9	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

X1.4

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	17	23.0	23.0	24.4
	4	46	62.2	62.2	86.6
	5	10	13.5	13.5	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	12	16.2	16.2	17.6
	4	49	66.2	66.2	83.8
	5	12	16.2	16.2	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

X1.6

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

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	29	39.2	39.2	40.6
	4	37	50.0	50.0	90.6
	5	7	9.5	9.5	100.0
Total		74	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	25.7	25.7	25.7
	4	43	58.1	58.1	83.8
	5	12	16.2	16.2	100.0
Total		74	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	17	23.0	23.0	24.4
	4	47	63.5	63.5	87.9

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

5	9	12.2	12.2	100.
Total	74	100.0	100.0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	15	20.3	20.3	21.7
	4	44	59.5	59.5	81.2
	5	14	18.9	18.9	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	17.6	17.6	17.6
	4	48	64.9	64.9	82.5
	5	13	17.6	17.6	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

X1.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	23.0	23.0	23.0
	4	42	56.8	56.8	79.8
	5	15	20.3	20.3	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

X1.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	24.3	24.3	24.3
	4	42	56.8	56.8	81.1
	5	14	18.9	18.9	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

X1.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

Valid	3	12	16.2	16.2	16.2
	4	49	66.2	66.2	82.4
	5	13	17.6	17.6	100.0
Total		74	100.0	100.0	

X1.14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	15	20.3	20.3	21.7
	4	46	62.2	62.2	83.4
	5	12	16.2	16.2	100.0
Total		74	100.0	100.0	

Total_X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	42	2	2.7	2.7	2.7
	43	2	2.7	2.7	5.4
	44	3	4.1	4.1	9.5

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

45	3	4.1	4.1	13.
46	1	1.4	1.4	14.
48	1	1.4	1.4	16.
49	2	2.7	2.7	18.
50	4	5.4	5.4	24.
51	1	1.4	1.4	25.
52	1	1.4	1.4	27.
53	4	5.4	5.4	32.
54	9	12.2	12.2	44.
55	4	5.4	5.4	50.
56	9	12.2	12.2	62.
57	3	4.1	4.1	66.
58	10	13.5	13.5	79.
59	4	5.4	5.4	85.
62	1	1.4	1.4	86.
64	1	1.4	1.4	87.
66	2	2.7	2.7	90.
68	3	4.1	4.1	94.
70	4	5.4	5.4	100.
Total	74	100.0	100.0	

Frequencies

		Notes
Output Created		2
Comments		
Input	Data	D:\SKRIPSI 2020\UNIF PUT.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing v missing.
	Cases Used	Statistics are based on data.
Syntax		FREQUENCIES VARI X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 T /STATISTICS=MEAN /ORDER=ANALYSIS
Resources	Processor Time	
	Elapsed Time	

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

[DataSet1] D:\SKRIPSI 2020\UNIPA\30 juni\IN PUT.sav

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_X2
N	Valid	74	74	74	74	74	74	74
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.9189	4.1216	4.0000	3.9054	4.0541	3.9730	23.9730

Frequency Table

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	4.1	4.1	4.1
	3	15	20.3	20.3	24.4
	4	41	55.4	55.4	79.7
	5	15	20.3	20.3	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	10	13.5	13.5	14.9
	4	42	56.8	56.8	71.7
	5	21	28.4	28.4	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.7	2.7	2.7
	3	15	20.3	20.3	23.0
	4	38	51.4	51.4	74.4
	5	19	25.7	25.7	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

X2.4

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	4.1	4.1	4.
	3	16	21.6	21.6	25.
	4	40	54.1	54.1	79.
	5	15	20.3	20.3	100.
	Total	74	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.7	2.7	2.
	3	12	16.2	16.2	18.
	4	40	54.1	54.1	73.
	5	20	27.0	27.0	100.
	Total	74	100.0	100.0	

X2.6

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

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

Valid	2	3	4.1	4.1	4.
	3	12	16.2	16.2	20.
	4	43	58.1	58.1	78.
	5	16	21.6	21.6	100.
Total		74	100.0	100.0	

Total_X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12	1	1.4	1.4	1.
	15	2	2.7	2.7	4.
	18	5	6.8	6.8	10.
	19	1	1.4	1.4	12.
	20	4	5.4	5.4	17.
	21	2	2.7	2.7	20.
	22	4	5.4	5.4	25.
	23	8	10.8	10.8	36.
	24	24	32.4	32.4	68.
	25	2	2.7	2.7	71.
	26	3	4.1	4.1	75.

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

27	1	1.4	1.4	77.
28	4	5.4	5.4	82.
29	4	5.4	5.4	87.
30	9	12.2	12.2	100.
Total	74	100.0	100.0	

Frequencies

Notes

Output Created		2
Comments		
Input	Data	D:\SKRIPSI 2020\UNIF PUT.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing v missing.
	Cases Used	Statistics are based on data.

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

Syntax	FREQUENCIES VARI X3.3 X3.4 X3.5 X3.6 X X3.11 X3.12 Total_X3 /STATISTICS=MEAN /ORDER=ANALYSIS	
Resources	Processor Time	
	Elapsed Time	

[DataSet1] D:\SKRIPSI 2020\UNIPA\30 juni\IN PUT.sav

Statistics

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10
N	Valid	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.8378	3.8649	3.6892	4.0405	4.0135	3.7973	3.7703	3.7297	3.8108	3.6892

Frequency Table

X3.1

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.
	3	22	29.7	29.7	31.
	4	39	52.7	52.7	83.
	5	12	16.2	16.2	100.
	Total	74	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.7	2.7	2.
	3	16	21.6	21.6	24.
	4	46	62.2	62.2	86.
	5	10	13.5	13.5	100.
	Total	74	100.0	100.0	

X3.3

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

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

Valid	1	1	1.4	1.4	1.
	2	2	2.7	2.7	4.
	3	25	33.8	33.8	37.
	4	37	50.0	50.0	87.
	5	9	12.2	12.2	100.
	Total	74	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.4	1.4	1.
	2	1	1.4	1.4	2.
	3	10	13.5	13.5	16.
	4	44	59.5	59.5	75.
	5	18	24.3	24.3	100.
	Total	74	100.0	100.0	

X3.5

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

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

Valid	1	1	1.4	1.4	1.
	2	1	1.4	1.4	2.
	3	14	18.9	18.9	21.
	4	38	51.4	51.4	73.
	5	20	27.0	27.0	100.
	Total	74	100.0	100.0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.4	1.4	1.
	2	3	4.1	4.1	5.
	3	18	24.3	24.3	29.
	4	40	54.1	54.1	83.
	5	12	16.2	16.2	100.
	Total	74	100.0	100.0	

X3.7

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

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

Valid	1	1	1.4	1.4	1.
	2	3	4.1	4.1	5.
	3	19	25.7	25.7	31.
	4	40	54.1	54.1	85.
	5	11	14.9	14.9	100.
	Total	74	100.0	100.0	

X3.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.7	2.7	2.
	3	26	35.1	35.1	37.
	4	36	48.6	48.6	86.
	5	10	13.5	13.5	100.
	Total	74	100.0	100.0	

X3.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	4.1	4.1	4.

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

3	19	25.7	25.7	29.
4	41	55.4	55.4	85.
5	11	14.9	14.9	100.
Total	74	100.0	100.0	

X3.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.4	1.4	1.
2	5	6.8	6.8	8.
3	22	29.7	29.7	37.
4	39	52.7	52.7	90.
5	7	9.5	9.5	100.
Total	74	100.0	100.0	

X3.11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.7	2.7	2.
3	19	25.7	25.7	28.

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

4	44	59.5	59.5	87.
5	9	12.2	12.2	100.
Total	74	100.0	100.0	

X3.12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.4	1.4	1.
3	14	18.9	18.9	20.
4	44	59.5	59.5	79.
5	15	20.3	20.3	100.
Total	74	100.0	100.0	

Total_X3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 25	1	1.4	1.4	1.
26	1	1.4	1.4	2.
34	2	2.7	2.7	5.
36	2	2.7	2.7	8.

Lampiran 9
Tabulasi Variabel Kualitas Produk

37	1	1.4	1.4	9.
38	1	1.4	1.4	10.
39	3	4.1	4.1	14.
40	1	1.4	1.4	16.
41	6	8.1	8.1	24.
42	3	4.1	4.1	28.
43	3	4.1	4.1	32.
44	2	2.7	2.7	35.
45	4	5.4	5.4	40.
46	6	8.1	8.1	48.
47	7	9.5	9.5	58.
48	9	12.2	12.2	70.
49	2	2.7	2.7	73.
50	4	5.4	5.4	78.
51	2	2.7	2.7	81.
52	1	1.4	1.4	82.
53	3	4.1	4.1	86.
54	2	2.7	2.7	89.
55	3	4.1	4.1	93.
56	1	1.4	1.4	94.
57	2	2.7	2.7	97.

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

58	1	1.4	1.4	98.
60	1	1.4	1.4	100.
Total	74	100.0	100.0	

Frequency Table

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	24.3	24.3	24.3
	4	45	60.8	60.8	85.1
	5	11	14.9	14.9	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	16	21.6	21.6	21.6
	4	46	62.2	62.2	83.8
	5	12	16.2	16.2	100.0

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	16	21.6	21.6	21.6
	4	46	62.2	62.2	83.8
	5	12	16.2	16.2	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	21	28.4	28.4	28.4
	4	44	59.5	59.5	87.8
	5	9	12.2	12.2	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	14.9	14.9	14.9

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

4	52	70.3	70.3	85.1
5	11	14.9	14.9	100.0
Total	74	100.0	100.0	

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	8	10.8	10.8	10.8
4	54	73.0	73.0	83.8
5	12	16.2	16.2	100.0
Total	74	100.0	100.0	

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	15	20.3	20.3	20.3
4	49	66.2	66.2	86.5
5	10	13.5	13.5	100.0
Total	74	100.0	100.0	

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	17.6	17.6	17.6
	4	49	66.2	66.2	83.8
	5	12	16.2	16.2	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	19	25.7	25.7	27.0
	4	44	59.5	59.5	86.5
	5	10	13.5	13.5	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

Y9

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	13	17.6	17.6	18.9
	4	43	58.1	58.1	77.0
	5	17	23.0	23.0	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

Y10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	16	21.6	21.6	21.6
	4	44	59.5	59.5	81.1
	5	14	18.9	18.9	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

Total_Y

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	1	1.4	1.4	1.4

Lampiran 9
Tabulasi Variabel Kualitas Produk

31	3	4.1	4.1	5.4
32	5	6.8	6.8	12.2
33	3	4.1	4.1	16.2
35	2	2.7	2.7	18.9
36	3	4.1	4.1	23.0
37	5	6.8	6.8	29.7
38	5	6.8	6.8	36.5
39	2	2.7	2.7	39.2
40	24	32.4	32.4	71.6
41	4	5.4	5.4	77.0
42	3	4.1	4.1	81.1
43	4	5.4	5.4	86.5
44	1	1.4	1.4	87.8
47	1	1.4	1.4	89.2
49	2	2.7	2.7	91.9
50	6	8.1	8.1	100.0
Total	74	100.0	100.0	

Uji Validitas

Social Distancing (X1)

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

									0	
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
X1.1 0	Pearson Correlation	.358 **	.347 **	.536 [*] *	.717 **	.779 **	.553 **	.677 **	.62 3**	.6 84 **
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.00 0	.0 00
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
X1.1 1	Pearson Correlation	.369 **	.419 **	.473 [*] *	.704 **	.668 **	.634 **	.668 **	.61 9**	.6 45 **
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.00 0	.0 00
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
X1.1 2	Pearson Correlation	.318 **	.369 **	.579 [*] *	.730 **	.667 **	.678 **	.728 **	.64 5**	.6 45 **
	Sig. (2-tailed)	.006	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.00 0	.0 00
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
X1.1 3	Pearson Correlation	.395 **	.442 **	.584 [*] *	.590 **	.455 **	.540 **	.621 **	.60 3**	.6 29 **
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.00 0	.0 00
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
X1.1	Pearson	.363	.430	.468 [*]	.475	.371	.394	.509	.48	.5

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

4	Correlation	**	**	*	**	**	**	**	3**	29**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Total_X1	Pearson Correlation	.599**	.661**	.714*	.847**	.768**	.783**	.828**	.772**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

Word Of Mouth (X2)

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
X2.1	Pearson Correlation	1	.819**	.838**	.702**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	74	74	74	74
X2.2	Pearson Correlation	.819**	1	.848**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	74	74	74	74
X2.3	Pearson Correlation	.838**	.848**	1	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	74	74	74	74
X2.4	Pearson Correlation	.702**	.630**	.759**	1

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	74	74	74	74
X2.5	Pearson Correlation	.746**	.749**	.758**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74
X2.6	Pearson Correlation	.733**	.713**	.806**	.603**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74
Total _X2	Pearson Correlation	.910**	.891**	.942**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74

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

Kualitas Produk (X3)

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7
X3.1	Pearson Correlation	1	.798 **	.560 **	.429 **	.344 **	.495 **	.418 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.003	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
X3.2	Pearson Correlation	.798 **	1	.658 **	.367 **	.386 **	.454 **	.451 **
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.001	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

	N	74	74	74	74	74	74	74
X3.10	Pearson Correlation	.374 **	.412 **	.533 **	.344 **	.368 **	.384 **	.499 **
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.003	.001	.001	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
X3.11	Pearson Correlation	.367 **	.397 **	.592 **	.557 **	.535 **	.554 **	.625 **
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
X3.12	Pearson Correlation	.424 **	.362 **	.352 **	.510 **	.522 **	.577 **	.462 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.002	.000	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
Total_ X3	Pearson Correlation	.650 **	.684 **	.757 **	.751 **	.751 **	.810 **	.832 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
Y1	Pearson Correlation	1	.806 **	.705 **	.681 **	.692 **	.739 **	.67	

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
Y2	Pearson Correlation	.806 **	1	.621 **	.647 **	.692 **	.639 **	.687 **
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
Y3	Pearson Correlation	.705 **	.621 **	1	.725 **	.664 **	.577 **	.560 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
Y4	Pearson Correlation	.681 **	.647 **	.725 **	1	.767 **	.687 **	.640 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
Y5	Pearson Correlation	.692 **	.692 **	.664 **	.767 **	1	.737 **	.670 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
Y6	Pearson Correlation	.739 **	.639 **	.577 **	.687 **	.737 **	1	.760 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
Y7	Pearson Correlation	.673 **	.681 **	.560 **	.640 **	.677 **	.763 **	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	74	74	74	74	74	74	74
Y8	Pearson Correlation	.737	.657	.614	.685	.666	.836	.670

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

		**	**	**	**	**	**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.00
	N	74	74	74	74	74	74	7
Y9	Pearson Correlation	.586	.427	.561	.549	.575	.558	.48
		**	**	**	**	**	**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.00
	N	74	74	74	74	74	74	7
Y10	Pearson Correlation	.646	.586	.679	.584	.580	.694	.58
		**	**	**	**	**	**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.00
	N	74	74	74	74	74	74	7
Total_ Y	Pearson Correlation	.879	.815	.811	.836	.844	.872	.81
		**	**	**	**	**	**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.00
	N	74	74	74	74	74	74	7

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

Uji Realibilitas

Social Distancing (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.944	14

Lampiran 9
Tabulasi Variabel Kualitas Produk

Word Of Mouth (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	6

Kualitas Produk (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	12

Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	10

Asumsi klasik

Uji Normalitas

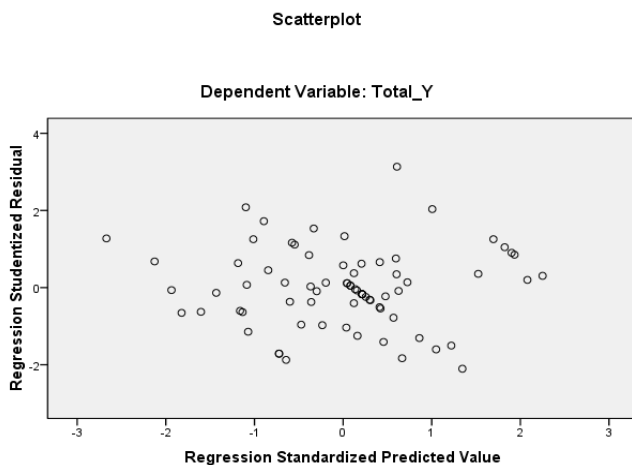
Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		74
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.54348130
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.690
Asymp. Sig. (2-tailed)		.727
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Uji Heterokedastisitas

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk



Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 <i>Social Distancing</i> (X1)	.594	1.683
<i>Word Of Mouth</i> (X2)	.490	2.041
Kualitas Produk (X3)	.390	2.564

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.973

Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Lampiran 9
 Tabulasi Variabel Kualitas Produk

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	5.234	2.551
	Total_X1	.200	.056
	Total_X2	.260	.110
	Total_X3	.370	.072

a. Dependent Variable: Total_Y

Koefisien Korelasi dan determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 ^a	.743	.732	2.59741

Pengujian Hipotesis

Uji t (parsial)

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.051	.044
	Total_X1	3.563	.001
	Total_X2	2.352	.022
	Total_X3	5.113	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Lampiran 9
Tabulasi Variabel Kualitas Produk

Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1364.228	3	454.743	67.404	.000 ^a
	Residual	472.259	70	6.747		
	Total	1836.486	73			

a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

b. Dependent Variable: Total_Y