

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David, 2013, Manajemen Ekuitas Merek. AlihBahasa, Aris Ananda, (2013), Spektrum Mitra Utama, Jakarta.
- Abdul, Rahayu, Agus Supandi Soegoto, Djurwati Soepeno, 2018, Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada PT. Wahana Wirawan Manado, Jurnal Emba, Vol 6 No 4 September 2018, Hal 3553-3562, ISSN 2303-1174
- DetikFinance, 5 Oktober 2011, Industri Otomotif Tidak Bisa Direm, Menyangkut Jutaan Tenaga Kerja.
- Ferdinand, Augusty, 2014, Metode Penelitian Manajemen, BP Universitas Diponegoro, Semarang.
- GAIKINDO (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia), Gaikindo Data *Wholesale* Januari -Desember 2018, diakses pada tanggal 6 November 2019, pukul 21.50
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul, 2012, Manajemen Pemasaran, Cetakan 2, Yrama Widya, Bandung.
- <https://mix.co.id/corcomm-pr/public-relations/peran-pr-di-balik-sukses-xpander/>, dikases tanggal 6 November 2019.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2014, Principle Of Marketing, 15th edition, Ebook, Pearson Prentice Hall, New Jersey.

-----,2016,Marketing Management,
Edisi ke 15, Penerbit Pearson Education Limited 2016.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009, Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2, Erlangga, Jakarta.

-----, 2012, Manajemen Pemasaran Edisi 13, Erlangga, Jakarta.

-----, 2016, Marketing Management 15th, Ebook, Global Edition Pearson Education Inc.

Luthfia, Widha Emil, 2012, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffe Shop Kofisyop Tembalang, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.

Maindoka, Lifa Fila, Altje Tumbel, Christy Rondonuwu, 2018, Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada PT. Wahana Wirawan Manado, Jurnal EMBA, Vol 6 No 3 Juli 2018, Hal 1518-1527, ISSN 2303-1174.

Nitisusastro, Mulyadi, 2012, Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan, Alfabeta, Bandung.

Nuha, Ahmad Lu'Lu' Dhiyaun, 2015, Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Munawir Furniture Di Jepara, Thesis, Universitas Diponegoro, Semarang.

Sandro, Dermawan, 2015, Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Mobil MPV Merek Toyota Innova Di Semarang, Universitas Dian Nuswantoro Semarang.

- Sitompul, Silvia Sari, Irvan, Analisis Pengaruh Citra Merek, Fitur Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone Pada Asia Ponsel Pekanbaru, Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol 7 No 3 September 2019, Hal 310-320, e-ISSN 2580-3743.
- Stanton, William J, 2013, Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari Alma, Jilid Satu, Edisi Kesepuluh, Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono, 2017, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, CV Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tripratiwi, Diar dan Maria M. Minarsih dan Leonardo Budi Hasiolan, 2016, Analisis Pengaruh Harga, Keunggulan Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Konsumen Dalam Pembelian Mobil Mitsubishi Sport Pada PT. Bumen Redja Abadi Semarang, Journal Of Management, Volume 2 No. 2 Maret 2016.
- Wangean, Hariandy R dan Silvy L. Mandey, 2014, Analisis Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil All New Kia Rio Di Kota Manado, Jurnal Studi Manajemen, ISSN:2303-1774, Jurnal EMBA, Volume 2 No.3 September 2014, Halaman 1715-1725.

Lampiran 1



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

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

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	: AHMAD KHOIFUMAN AL - FAIZI
Prodi / NIM	: MANAJEMEN / 161500206
Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas produk, Desain produk, fitur dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian Mitsubishi X- pancer di Surabaya.
Dosen Pembimbing	: I MADE BAGUS, S.E., M.M
Periode Kepembimbingan	: 30 September 2019 s/d 30 Maret 2020

URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1.	30.9.19	Judul	ACC	
2.	14.10.19	Bab I	Revisi	
3.	31.10.19	Bab I	ACC	
4.	6.11.19	Bab II	Revisi	
5.	11.11.19	Bab II	Revisi	
6.	25.11.19	Bab II	ACC	
7.	26.11.19	Bab III	Revisi	
8.	1.12.19	Bab III	Revisi	
9.	9.12.19	Bab III	ACC	
10.	19.03.20	Bab IV/V	REVISI	
11.	27.04.20	BABIV Bab IV/V	REVISI	
12.	29.04.20	Bab IV/V	ACC	

Bimbingan selesai pada tanggal :

Dosen Pembimbing,

I MADE BAGUS, S.E., M.M.



Mahasiswa,

A. KHOIFUMAN AL-FAIZI

Lampiran 2



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

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

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini Selasa tanggal 10 bulan Desember tahun 2019 bertempat di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap *) Tahun Akademik 20___/20

Nama Mahasiswa	: Ahmad Khoiruman Al-Faizi
NIM	: 161500206
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh Kualitas Poduk, Desain Produk, Fitur dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil MPV Mitsubishi X-Pander Di Surabaya

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	161500065	Pristian Yuliana	
2	161500220	Henny purwati	
3	161500124	Chilfi Dwi Melinda	
4	161500230	Yuliani Aminatus sholicha	
5	161500054	Indah Purwaningsih	
6	161500062	Vera Dwi Wiyanti	
7	161500036	Dewi Busya Faddilah	
8	161500126	Elyana Novitasari	
9	161500207	Diah puspo Utvan	
10	161500168	Suci Setyo Faradiba	
11	161500202	Dwi Putri lestari	
12	161500131	Nilam Andini	
13	16150027	Deni subiantoro	
14	161500003	Raden Risha M.	
15	161500134	Fatma Afri Irandini	

Surabaya, 10 Desember 2019







Penguji :

Pembimbing : J. Mada Gayor P.

Lampiran 3

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Ahmad Khoiruman Al-Faizi
NIM : 161500206
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Fitur dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi X-pander di Surabaya (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Sun Star Motor Ngagel, Surabaya)
Tanggal Ujian Skripsi : 10 Juni 2020
Dosen Penguji : 1. Dra. Martha Suhardiyah, S.E., M.Ak.
2. Ferry Hariawan, S.E., M.M

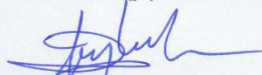
No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
			Penguji I	Penguji II
1	15 Juni 2020	Tabel dan Definisi Operasional Variabel		
2	16 Juni 2020	Pembahasan		
3	16 Juni 2020	Saran		

Mengetahui,
Dosen Penguji I



Dra. Martha Suhardiyah, S.E., M.Ak
NIP : 8602113/DY

Dosen Penguji II



Ferry Hariawan, S.E., M.M
NPP : 1512763/DY


Lampiran 4

LEMBAR PERSETUJUAN

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

Tanggal : 30 April 2020

Dosen Pembimbing,



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

Lampiran 5

KUESIONER

Dengan hormat,

Nama saya Ahmad Khoiruman Al-Faizi, mahasiswa S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIIN PRODUK, FITUR DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MPV MITSUBISHI X-PANDER DI SURABAYA”**.

Penelitian ini merupakan syarat tugas akhir sebagai bahan penelitian dalam mengerjakan skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana S-1. Berkaitan dengan hal tersebut, saya mengharap kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk meluangkan waktu mengisi lembar kuesioner ini sehingga dapat membantu melengkapi data yang saya perlukan. Kuesinoner ini hanya akan saya gunakan untuk kepentingan akademis dalam upaya penyelesaian skripsi. Saya akan menjamin kerahasiannya sesuai dengan kode etik penelitian ilmiah.

Atas bantuan dan kerjasama dalam penelitian ini, saya ucapkan terimakasih

Hormat saya,

Ahmad Khoiruman Al-Faizi

I. Identitas responden

Jenis Kelamin: a) Laki-laki b) Perempuan

1. Sebutkan varian tipe mobil MPV merek Mitsubishi X-pander yang telah anda beli :
 - a. Exceed
 - b. Sport
 - c. Ultimate
2. Pendapatan per bulan :
 - a. < Rp.5.000.000
 - b. Rp. 5.000.000 – Rp. 7.500.000
 - c. Rp. 7.600.000 – Rp. 10.000.000
 - d. > Rp. 10.000.000

II. Petunjuk pengisian

Responden hanya dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda *checklist* (√) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja untuk setiap pernyataan. Pada masing-masing pernyataan terdapat lima alternatif jawaban yang mengacu pada teknik Skala Likert, yaitu:

Keterangan	Arti	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
<i>Performance (kinerja)</i>						
	Mitsubshi X-pander memiliki performa mesin yang baik					
	Mitsubishi X-pander memiliki <i>start and stop engine button</i>					
<i>Features (fitur atau ciri-ciri tambahan)</i>						
	Mitsubishi X-pander memiliki fitur yang lengkap					
	Mitsubishi X-pander memiliki fitur setir <i>tilt and telescopic</i>					
<i>Confermance to Specifications</i>						
	Mitsubishi X-pander memenuhi uji standart keamanan nasional					
	Mitsubshi X-pander terasa empuk untuk dikendarai					
<i>Durability (daya tahan)</i>						
	Mitsubishi X-pander adalah mobil yang tahan lama (tidak mudah rusak)					
	Mitsubishi X-pander handal digunakan di segala medan (<i>on road / off road</i>)					

Desain Produk (X2)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Bentuk produk						
	Mitsubishi X-pander memiliki desain interior yang menarik					
	Mitsubishi X-pander memiliki desain eksterior yang menarik					
Warna bervariasi						
	Mitsubishi X-pander memiliki berbagai macam pilihan warna					
	Mitsubishi X-pander memiliki berbagai macam pilihan warna jok kursi					

Fitur (X3)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Keragaman fitur						
	Mitsubishi X-pander memiliki kabin yang luas					
	Mitsubishi X-pander memiliki fitur bagasi barang yang luas					
Kualitas Fitur						
	Mitsubishi X-pander memakai rangka <i>body</i> yang kokoh					
	Mitsubishi X-pander irit bahan bakar					

Kelengkapan Fitur						
	Mitsubishi X-pander memiliki <i>seat belt</i> disetiap baris					
	Mitsubishi X-pander memiliki soket pengisian daya disetiap <i>seat</i>					
Kepentingan fitur						
	Mitsubishi X-pander memiliki <i>ground clearance</i> yang tinggi					
	Mitsubishi X-pander memiliki fitur rem <i>anti lock braking system</i> (ABS)					

Citra Merek (X4)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
<i>Recognition</i> (Pengakuan)						
	Merek Mitsubishi sudah dikenal banyak orang					
	Mitsubishi adalah merek yang terkenal pada kompetisi balap dunia mobil					
<i>Reputation</i> (Reputasi)						
	Produk Mitsubishi memberikan kesan <i>high class</i>					
	Mitsubishi memiliki penjualan <i>after sales</i>					

	yang stabil					
<i>Affinity (Afinitas)</i>						
	Kualitas pelayanan Mitsubishi sangat memuaskan					
	Lambang Mitsubishi mudah diingat					
<i>Domain</i>						
	Mitsubishi X-pander cocok untuk mobil keluarga					
	Mitsubishi X-pander cocok dipakai harian					

Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
<i>Pilihan produk (Product choice).</i>						
	Saya mengetahui kualitas produk mobil Mitsubishi X-pander					
	Mitsubishi X-pander adalah pilihan utama					
<i>Pilihan merek (Brand choice)</i>						
	Saya lebih cenderung memilih merek Mitsubishi dibandingkan merek lain					
	Saya akan merekomendasikan merek Mitsubishi					

	kepada saudara / teman-teman					
Pilihan tempat penyalur (<i>Dealer choice</i>)						
	Saya akan memilih <i>dealer</i> Mitsubishi yang terdekat dengan rumah					
	Saya akan memilih <i>dealer</i> Mitubishi yang sudah ada persediaan mobil untuk dibeli (<i>non indent</i>)					
Jumlah pembelian atau kuantitas (<i>Purchase amount</i>)						
	Saya akan membeli Mitsubishi X-pander untuk dikendarai pribadi					
	Saya akan membeli Mitsubishi X-pander untuk kendaraan rental/perusahaan					
Waktu pembelian (<i>Purchase timing</i>)						
	Saya memutuskan membeli Mitsubishi X- pander setelah melihat iklan di media umum					
	Saya memutuskan membeli setelah banyak konsumen yang puas mengendarai Mitsubishi X-pander					
Metode pembayaran (<i>Payment method</i>)						
	Saya memutuskan					

	membeli Mitsubishi X-pander dengan metode pembayaran <i>cash payment</i>					
	Saya memutuskan membeli Mitsubishi X-pander dengan metode pembayaran <i>credit payment</i>					

Lampiran 6

Hasil Deskripsi Responden

Tipe Mobil

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Exceed	31	31.0	31.0	31.0
	Sport	28	28.0	28.0	59.0
	Unlimate	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden (X1)

x1.1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-ragu	16	16.0	16.0	18.0
	Setuju	37	37.0	37.0	55.0
	SangatSetuju	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x1.1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-ragu	20	20.0	20.0	22.0
	Setuju	31	31.0	31.0	53.0
	SangatSetuju	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x1.2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-ragu	11	11.0	11.0	13.0
	Setuju	38	38.0	38.0	51.0
	SangatSetuju	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x1.2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	10	10.0	10.0	11.0
	Setuju	42	42.0	42.0	53.0
	SangatSetuju	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x1.3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-ragu	9	9.0	9.0	11.0
	Setuju	44	44.0	44.0	55.0
	SangatSetuju	45	45.0	45.0	100.0
	al	100	100.0	100.0	

x1.3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	18	18.0	18.0	18.0
	Setuju	38	38.0	38.0	56.0
	SangatSetuju	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x1.4_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	3	3.0	3.0	3.0
	Ragu-ragu	20	20.0	20.0	23.0
	Setuju	35	35.0	35.0	58.0
	SangatSetuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x1.4_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	16	16.0	16.0	17.0
	Setuju	38	38.0	38.0	55.0
	SangatSetuju	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1.1_1	100	2.00	5.00	4.2500	.79614
x1.1_2	100	2.00	5.00	4.2300	.83913
x1.2_1	100	2.00	5.00	4.3400	.75505
x1.2_2	100	2.00	5.00	4.3500	.70173
x1.3_1	100	2.00	5.00	4.3200	.72307
x1.3_2	100	3.00	5.00	4.2600	.74698
x1.4_1	100	2.00	5.00	4.1600	.84948
x1.4_2	100	2.00	5.00	4.2700	.76350
KUALITAS PRODUK	100	21.00	40.00	34.1800	5.61812
Valid N (listwise)	100				

Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden (X2)

x2.1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	20	20.0	20.0	21.0
	Setuju	30	30.0	30.0	51.0
	SangatSetuju	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x2.1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	12	12.0	12.0	12.0
	Setuju	40	40.0	40.0	52.0
	SangatSetuju	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x2.2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	16	16.0	16.0	16.0
	Setuju	40	40.0	40.0	56.0
	SangatSetuju	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x2.2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-ragu	20	20.0	20.0	22.0
	Setuju	34	34.0	34.0	56.0
	SangatSetuju	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x2.1_1	100	2.00	5.00	4.2700	.81470
x2.1_2	100	3.00	5.00	4.3600	.68931
x2.2_1	100	3.00	5.00	4.2800	.72586
x2.2_2	100	2.00	5.00	4.2000	.82878
DESAIN PRODUK	100	12.00	20.00	17.1100	2.90904
Valid N (listwise)	100				

Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden (X3)

x3.1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-ragu	12	12.0	12.0	14.0
	Setuju	40	40.0	40.0	54.0
	SangatSetuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x3.1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	11	11.0	11.0	12.0
	Setuju	44	44.0	44.0	56.0
	SangatSetuju	44	44.0	44.0	100.0

al	100	100.0	100.0
----	-----	-------	-------

x3.2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-ragu	14	14.0	14.0	16.0
	Setuju	46	46.0	46.0	62.0
	SangatSetuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x3.2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-ragu	14	14.0	14.0	16.0
	Setuju	47	47.0	47.0	63.0
	SangatSetuju	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x3.3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-ragu	15	15.0	15.0	17.0
	Setuju	46	46.0	46.0	63.0
	SangatSetuju	37	37.0	37.0	100.0

al	100	100.0	100.0
----	-----	-------	-------

x3.3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-ragu	22	22.0	22.0	24.0
	Setuju	43	43.0	43.0	67.0
	SangatSetuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x3.4_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	13	13.0	13.0	14.0
	Setuju	51	51.0	51.0	65.0
	SangatSetuju	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x3.4_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	3	3.0	3.0	3.0
	Ragu-ragu	10	10.0	10.0	13.0
	Setuju	43	43.0	43.0	56.0
	SangatSetuju	44	44.0	44.0	100.0

al	100	100.0	100.0
----	-----	-------	-------

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x3.1_1	100	2.00	5.00	4.3000	.75879
x3.1_2	100	2.00	5.00	4.3100	.70632
x3.2_1	100	2.00	5.00	4.2000	.75210
x3.2_2	100	2.00	5.00	4.1900	.74799
x3.3_1	100	2.00	5.00	4.1800	.75719
x3.3_2	100	2.00	5.00	4.0700	.79462
x3.4_1	100	2.00	5.00	4.2000	.69631
x3.4_2	100	2.00	5.00	4.2800	.76647
FITUR	100	22.00	40.00	33.7300	5.10863
Valid N (listwise)	100				

Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden (X4)

x4.1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	8	8.0	8.0	8.0
	Ragu-ragu	8	8.0	8.0	16.0
	Setuju	44	44.0	44.0	60.0
	SangatSetuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x4.1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	7	7.0	7.0	7.0
	Ragu-ragu	6	6.0	6.0	13.0
	Setuju	49	49.0	49.0	62.0
	SangatSetuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x4.2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	7	7.0	7.0	7.0
	Ragu-ragu	8	8.0	8.0	15.0
	Setuju	42	42.0	42.0	57.0
	SangatSetuju	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x4.2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	7	7.0	7.0	7.0
	Ragu-ragu	9	9.0	9.0	16.0
	Setuju	45	45.0	45.0	61.0

	SangatSetuju	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x4.3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	6	6.0	6.0	6.0
	Ragu-ragu	11	11.0	11.0	17.0
	Setuju	50	50.0	50.0	67.0
	SangatSetuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x4.3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	8	8.0	8.0	8.0
	Ragu-ragu	8	8.0	8.0	16.0
	Setuju	56	56.0	56.0	72.0
	SangatSetuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x4.4_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
	TidakSetuju	6	6.0	6.0	7.0

Ragu-ragu	21	21.0	21.0	28.0
Setuju	54	54.0	54.0	82.0
SangatSetuju	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x4.4_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	7	7.0	7.0	7.0
	Ragu-ragu	21	21.0	21.0	28.0
	Setuju	53	53.0	53.0	81.0
	SangatSetuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x4.1_1	100	2.00	5.00	4.1600	.88443
x4.1_2	100	2.00	5.00	4.1800	.83339
x4.2_1	100	2.00	5.00	4.2100	.86801
x4.2_2	100	2.00	5.00	4.1600	.86129
x4.3_1	100	2.00	5.00	4.1000	.82266
x4.3_2	100	2.00	5.00	4.0400	.82780
x4.4_1	100	1.00	5.00	3.8200	.83339
x4.4_2	100	2.00	5.00	3.8400	.81303
CITRA MEREK	100	16.00	40.00	32.5100	6.08275
Valid N (listwise)	100				

Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden (Y)

y.1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	13	13.0	13.0	13.0
	Setuju	46	46.0	46.0	59.0
	SangatSetuju	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y.1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	18	18.0	18.0	19.0
	Setuju	38	38.0	38.0	57.0
	SangatSetuju	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y.2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	11	11.0	11.0	11.0
	Setuju	44	44.0	44.0	55.0
	SangatSetuju	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y.2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	11	11.0	11.0	12.0
	Setuju	44	44.0	44.0	56.0
	SangatSetuju	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y.3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	11	11.0	11.0	11.0
	Setuju	47	47.0	47.0	58.0
	SangatSetuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y.3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	19	19.0	19.0	20.0
	Setuju	38	38.0	38.0	58.0
	SangatSetuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y.4_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	17	17.0	17.0	17.0
	Setuju	42	42.0	42.0	59.0
	SangatSetuju	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y.4_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	15	15.0	15.0	16.0
	Setuju	43	43.0	43.0	59.0
	SangatSetuju	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y.5_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	21	21.0	21.0	21.0
	Setuju	37	37.0	37.0	58.0
	SangatSetuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y.5_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	10	10.0	10.0	10.0
	Setuju	47	47.0	47.0	57.0
	SangatSetuju	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y.6_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	10	10.0	10.0	11.0
	Setuju	43	43.0	43.0	54.0
	SangatSetuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y.6_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	15	15.0	15.0	15.0
	Setuju	41	41.0	41.0	56.0
	SangatSetuju	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
y.1_1	100	3.00	5.00	4.2800	.68283
y.1_2	100	2.00	5.00	4.2300	.77662
y.2_1	100	3.00	5.00	4.3400	.66999
y.2_2	100	2.00	5.00	4.3100	.70632
y.3_1	100	3.00	5.00	4.3100	.66203
y.3_2	100	2.00	5.00	4.2100	.78232
y.4_1	100	3.00	5.00	4.2400	.72641
y.4_2	100	2.00	5.00	4.2400	.74019
y.5_1	100	3.00	5.00	4.2100	.76930
y.5_2	100	3.00	5.00	4.3300	.65219
y.6_1	100	2.00	5.00	4.3400	.69949
y.6_2	100	3.00	5.00	4.2900	.71485
KEPUTUSAN PEMBELIAN	100	36.00	60.00	51.3300	7.96717
Valid N (listwise)	100				

Hasil Uji Validitas (X1)

Correlations

		x1.1_1	x1.1_2	x1.2_1	x1.2_2	x1.3_1	x1.3_2	x1.4_1	x1.4_2	KUALITAS PRODUK
x1.1_1	Pearson Correlation	1	.699**	.899**	.836**	.895**	.807**	.762**	.968**	.941**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.1_2	Pearson Correlation	.699**	1	.720**	.754**	.677**	.806**	.841**	.722**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.2_1	Pearson Correlation	.899**	.720**	1	.898**	.946**	.845**	.717**	.855**	.940**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.2_2	Pearson Correlation	.836**	.754**	.898**	1	.912**	.807**	.702**	.859**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.3_1	Pearson Correlation	.895**	.677**	.946**	.912**	1	.817**	.705**	.848**	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.3_2	Pearson Correlation	.807**	.806**	.845**	.807**	.817**	1	.730**	.832**	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.4_1	Pearson Correlation	.762**	.841**	.717**	.702**	.705**	.730**	1	.727**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.4_2	Pearson Correlation	.968**	.722**	.855**	.859**	.848**	.832**	.727**	1	.933**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	.941**	.859**	.940**	.924**	.928**	.911**	.855**	.933**	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).

Hasil Uji Validitas (X2)

Correlations

		x2.1_1	x2.1_2	x2.2_1	x2.2_2	DESAIN PRODUK
x2.1_1	Pearson Correlation	1	.886**	.879**	.922**	.972**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x2.1_2	Pearson Correlation	.886**	1	.907**	.792**	.937**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x2.2_1	Pearson Correlation	.879**	.907**	1	.846**	.952**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x2.2_2	Pearson Correlation	.922**	.792**	.846**	1	.942**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
DESAIN PRODUK	Pearson Correlation	.972**	.937**	.952**	.942**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas (X3)

Correlations

		x3.1_1	x3.1_2	x3.2_1	x3.2_2	x3.3_1	x3.3_2	x3.4_1	x3.4_2	FITUR
x3.1_1	Pearson Correlation	1	.786**	.673**	.735**	.608**	.601**	.631**	.653**	.832**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x3.1_2	Pearson Correlation	.786**	1	.814**	.595**	.820**	.771**	.797**	.715**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x3.2_1	Pearson Correlation	.673**	.814**	1	.614**	.805**	.652**	.694**	.673**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x3.2_2	Pearson Correlation	.735**	.595**	.614**	1	.581**	.555**	.566**	.770**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x3.3_1	Pearson Correlation	.608**	.820**	.805**	.581**	1	.734**	.774**	.730**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x3.3_2	Pearson Correlation	.601**	.771**	.652**	.555**	.734**	1	.759**	.631**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x3.4_1	Pearson Correlation	.631**	.797**	.694**	.566**	.774**	.759**	1	.651**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x3.4_2	Pearson Correlation	.653**	.715**	.673**	.770**	.730**	.631**	.651**	1	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
FITUR	Pearson Correlation	.832**	.919**	.866**	.793**	.885**	.836**	.856**	.853**	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).

Hasil Uji Validitas (X4)

Correlations

		x4.1_1	x4.1_2	x4.2_1	x4.2_2	x4.3_1	x4.3_2	x4.4_1	x4.4_2	CITRA MEREK
x4.1_1	Pearson Correlation	1	.906**	.903**	.881**	.825**	.791**	.670**	.640**	.920**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x4.1_2	Pearson Correlation	.906**	1	.869**	.874**	.754**	.780**	.629**	.565**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x4.2_1	Pearson Correlation	.903**	.869**	1	.954**	.890**	.846**	.709**	.678**	.951**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x4.2_2	Pearson Correlation	.881**	.874**	.954**	1	.918**	.855**	.702**	.686**	.954**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x4.3_1	Pearson Correlation	.825**	.754**	.890**	.918**	1	.884**	.690**	.704**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x4.3_2	Pearson Correlation	.791**	.780**	.846**	.855**	.884**	1	.772**	.715**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x4.4_1	Pearson Correlation	.670**	.629**	.709**	.702**	.690**	.772**	1	.896**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x4.4_2	Pearson Correlation	.640**	.565**	.678**	.686**	.704**	.715**	.896**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CITRA MEREK	Pearson Correlation	.920**	.886**	.951**	.954**	.924**	.921**	.839**	.813**	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).

Hasil Uji Validitas (Y)

		Correlations												KEPUTUSAN PEMBELIAN
		y1_1	y1_2	y2_1	y2_2	y3_1	y3_2	y4_1	y4_2	y5_1	y5_2	y6_1	y6_2	
y1_1	Pearson Correlation	1	.792**	.872**	.803**	.834**	.776**	.820**	.725**	.829**	.879**	.835**	.867**	.899**
	Sig. (2-tailed)		.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
y1_2	Pearson Correlation	.792**	1	.780**	.845**	.744**	.817**	.743**	.799**	.781**	.826**	.859**	.843**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.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
y2_1	Pearson Correlation	.872**	.780**	1	.906**	.899**	.845**	.910**	.832**	.899**	.896**	.893**	.931**	.955**
	Sig. (2-tailed)	.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
y2_2	Pearson Correlation	.803**	.845**	.906**	1	.872**	.850**	.897**	.890**	.808**	.938**	.929**	.860**	.949**
	Sig. (2-tailed)	.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
y3_1	Pearson Correlation	.834**	.744**	.899**	.872**	1	.790**	.852**	.815**	.823**	.860**	.883**	.854**	.915**
	Sig. (2-tailed)	.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
y3_2	Pearson Correlation	.778**	.817**	.845**	.850**	.790**	1	.888**	.871**	.933**	.813**	.847**	.901**	.930**
	Sig. (2-tailed)	.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
y4_1	Pearson Correlation	.820**	.743**	.910**	.897**	.852**	.888**	1	.887**	.903**	.897**	.852**	.837**	.941**
	Sig. (2-tailed)	.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
y4_2	Pearson Correlation	.725**	.799**	.832**	.880**	.815**	.871**	.887**	1	.851**	.818**	.875**	.783**	.911**
	Sig. (2-tailed)	.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
y5_1	Pearson Correlation	.829**	.781**	.899**	.808**	.823**	.933**	.903**	.851**	1	.807**	.805**	.935**	.933**
	Sig. (2-tailed)	.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
y5_2	Pearson Correlation	.879**	.826**	.896**	.938**	.860**	.813**	.897**	.818**	.807**	1	.903**	.854**	.939**
	Sig. (2-tailed)	.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
y6_1	Pearson Correlation	.835**	.859**	.893**	.929**	.883**	.847**	.852**	.875**	.805**	.903**	1	.851**	.944**
	Sig. (2-tailed)	.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
y6_2	Pearson Correlation	.867**	.843**	.931**	.860**	.854**	.901**	.837**	.783**	.935**	.854**	.851**	1	.944**
	Sig. (2-tailed)	.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
KEPUTUSAN PEMBELIAN	Pearson Correlation	.898**	.884**	.955**	.949**	.915**	.930**	.941**	.911**	.933**	.939**	.944**	.944**	1
	Sig. (2-tailed)	.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

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

Hasil Uji Reliabilitas (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.970	8

Hasil Uji Reliabilitas (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.963	4

Hasil Uji Reliabilitas (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	8

Hasil Uji Reliabilitas (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.967	8

Hasil Uji Reliabilitas (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.985	12

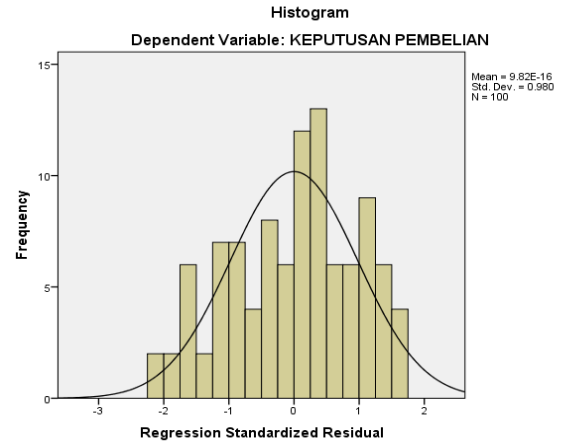
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

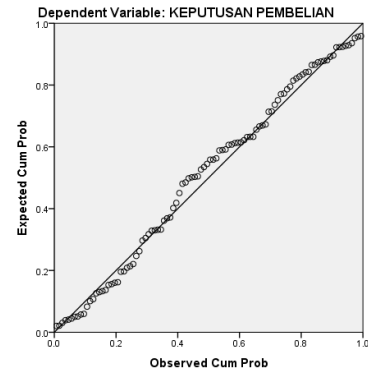
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.34485080
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.053
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

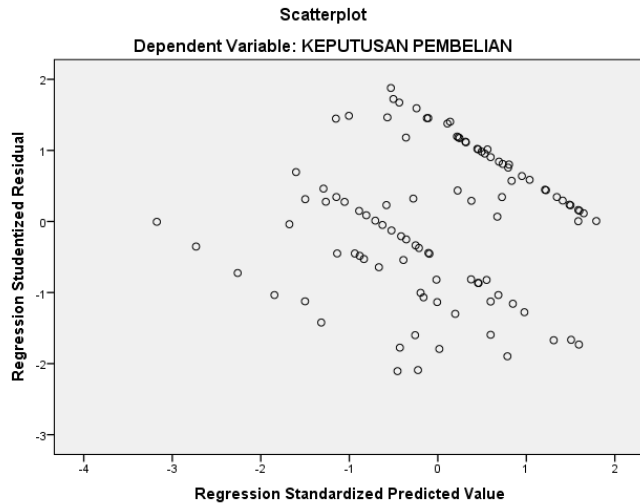
- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Heterokedastisitas



Uji Heterokedastisitas Glejser

Coefficients^a

Model	Sig.
(Constant)	.408
KUALITAS PRODUK	.893
DESAIN PRODUK	.987
FITUR	.719
CITRA MEREK	.165

a. Dependent Variable: res2

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
KUALITAS PRODUK	.493	2.029
DESAIN PRODUK	.492	2.035
FITUR	.974	1.026
CITRA MEREK	.970	1.031

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	Durbin-Watson
	.605 ^a	1.614

a. Predictors: (Constant), CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
, FITUR, DESAIN PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.666	6.432		.726	.470
	KUALITAS PRODUK	.331	.164	.235	2.015	.047
	DESAIN PRODUK	.664	.319	.243	2.081	.040
	FITUR	.491	.129	.315	3.805	.000
	CITRA MEREK	.228	.109	.174	2.102	.038

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2298.654	4	574.663	13.698	.000 ^b
	Residual	3985.456	95	41.952		
	Total	6284.110	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, FITUR, DESAIN PRODUK

Lampiran 7

