

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdusallam, Nuzula, 2018. *"Pengaruh Iklan, Kualitas Produk dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat Studi Kasus Pada Dealer Eka Prima Surabaya"*.. Jurnal EMBA. Vol. 1 No. 3 Juni 2013, Hal 218 – 229.
- Basu Swastha, 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Liberty, Yogyakarta.
- Buchari, Alma. 2006. *Manajemen*. Cetakan Kelima. Bandung : Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Edisi Kedua, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Inayah Fitri. 2017. *"Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam ( Studi pada Pengguna Sepeda Motor Honda Beat di Kelurahan Mulya Asri Kabupaten Tulang Bawang Barat)"*. Jurnal EMBA. Vol. 2 No. 3 September 2014, Hal. 1737 – 1749.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. (Ter.) Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip & Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid I. Jakarta Erlangga.
- Kotler, Phillip & Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.

- Lupiyoadi, Rahmat dan A. Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba empat, Jakarta.
- Prasetya, Dimas dan Nurhadi. 2016. *Pengaruh Persepsi Harga, Fitur Produk, dan Worth of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android* (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*. Vol. 5 No.1.
- Refi Mahardika. 2017. *"Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Sepeda Motor Kawasaki di Kabupaten Kudus)* JATI UNIK. Vol.1, No.2, Hal. 103 - 116.
- Simamora, Henry. 2004, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : SIE YKPN.
- Soewito, Yudhi. 2013. *Kualitas Produk, Merk dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No. 3 Juni 2013, Hal 218 - 229.
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke XII. Bandung : Alfabeta.

## **Lampiran. 6**

### **KUESIONER**

KepadaYth,  
Bapak/Ibu/Saudara/I...  
Konsumen Sepeda Motor Matik Honda Vario  
Di Tempat

Dengan hormat,

Dengan ini saya memohon kesediaan dan ketulusan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi dan menjawab pernyataan kuesioner ini guna mengumpulkan data penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Fakultas Ekonomi, Prodi Manajemen, Konsentrasi Pemasaran.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik Honda Vario ( Studi Kasus Desa Noreh Kecamatan Sresih Kabupaten Sampang ). Untuk itu saya sangat mengharapkan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi dan menjawab pernyataan dalam kuesioner ini.

Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi dan menjawab kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Surabaya, 22 November 2019

Hormat saya,

Moh. Koddas

NIM :

151500140

**A. IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama : .....

2. Jenis Kelamin :            a. Laki-Laki            b. Perempuan

3. Usia : ..... Tahun

4. Pekerjaan : .....

5. Alamat : .....  
.....

Sampang, ....., .....2019

.....

## B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berilah tanda *checklist* (  $\checkmark$  ) pada pilihan jawaban yang sesuai pilihan, pengalaman dan penilaian anda. Dengan keterangan jawaban sebagai berikut :

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- KS : Kurang Setuju
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

### KUALITAS PRODUK ( $X_1$ )

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
	<b>A. Bentuk (<i>form</i>)</b>					
1	Saya membeli produk sepeda motor matik Honda Vario karena bentuk fisik yang berbeda dengan merek lain.					
2	Saya membeli dan menggunakan produk sepeda motor matik Honda Vario karena lampu depan dan belakang yang keren, elegan dan modern.					
	<b>B. Fitur (<i>feature</i>)</b>					
3	Saya membeli sepeda motor matik Honda Vario karena fitur yang keren yaitu bagasi serbaguna mampu menyimpan <i>helm full-face</i> maupun barang lainnya.					

4	Saya membeli sepeda motor matik Honda Vario karena mempunyai fitur <i>smart key system</i> .					
	<b>C. Kualitas Kinerja (<i>performance quality</i>)</b>					
5	Saya membeli sepeda motor matik Honda Vario karena kinerja mesin yang optimal saat dipakai berkendara.					
6	Saya membeli dan menggunakan sepeda motor matik Honda Vario karena performa rem yang responsive dan stabil ketika dipakai berkendara.					
	<b>D. Kesan Kualitas (<i>perceived quality</i>)</b>					
7	Saya membeli dan menggunakan sepeda motor matik Honda Vario karena penampilan sepeda motor matik Honda Vario menunjukkan kualitas dari Honda.					
8	Saya membeli dan menggunakan sepeda motor matik Honda Vario karena irit bahan bakar.					
	<b>E. Ketahanan (<i>durability</i>)</b>					
9	Saya membeli dan menggunakan sepeda motor matik Honda Vario karena tidak mudah rusak ketika dipakai.					
10	Saya menggunakan sepeda motor matik Honda Vario karena cocok dan nyaman					

	dipakai untuk berkendara jarak jauh					
	<b>F. Keandalan (<i>reability</i>)</b>					
11	Saya menggunakan sepeda motor matik Honda Vario karena sangat responsif saat pengereman mendadak.					
12	Saya membeli dan menggunakan sepeda motor matik Honda Vario karena handal ketika akselerasi saat belok di tikungan tajam.					
	<b>G. Kemudahan (<i>repairability</i>)</b>					
13	Saya membeli dan menggunakan sepeda motor matik Honda Vario karena perawatan mesin yang mudah.					
14	Saya membeli sepeda motor matik Honda Vario karena harga suku cadang yang murah dan mudah didapat.					
	<b>H. Gaya (<i>style</i>)</b>					
15	Saya membeli dan menggunakan sepeda motor matik Honda Vario karena tampilan gaya yang <i>sporty</i> , elegan dan modern.					
16	Saya membeli sepeda motor matik Honda Vario karena cocok bagi anak muda atau dewasa untuk bergaya.					

	<b>I. Desain (<i>design</i>)</b>					
17	Saya menggunakan dan membeli sepeda motor matik Honda Vario karena tampilan desain lebih macho dan terkesan elegan dengan <i>striping modern</i> .					
18	Saya menggunakan dan membeli sepeda motor matik Honda Vario karena desain warna yang bagus dan keren.					

### IKLAN ( X<sub>2</sub> )

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
	<b>A. Dapat Menimbulkan Perhatian</b>					
1	Tayangan/gambar iklan sepeda motor matik Honda Vario sangat jelas dan sesuai dengan fakta.					
2	Frekuensi/intensitas iklan sepeda motor matik Honda Vario dimedia sering ditayangkan, sehingga produk Honda Vario mudah diingat oleh konsumen.					
	<b>B. Menarik</b>					
3	Tayangan/gambar iklan sepeda motor matik Honda Vario sangat menarik untuk menggunakan membeli.					

4	Iklan sepeda motor matik Honda Vario dimedia sering ditayangkan, sehingga produk Honda Vario menarik perhatian konsumen.					
	<b>C. Dapat Menimbulkan Keinginan</b>					
5	Tayangan/gambar iklan sepeda motor matik Honda Vario sangat jelas sehingga menimbulkan keinginan untuk membeli.					
6	Frekuensi/intensitas iklan sepeda motor matik Honda Vario dimedia sering ditayangkan, sehingga menimbulkan keinginan konsumen.					
	<b>D. Menghasilkan Suatu Tindakan</b>					
7	Tayangan/gambar iklan sepeda motor matik Honda Vario sangat jelas dan sesuai dengan fakta sehingga menghasilkan tindakan dari konsumen untuk membeli..					
8	Frekuensi iklan sepeda motor matik Honda Vario dimedia sering ditayangkan, sehingga produk Honda Vario mudah diingat oleh konsumen dan menghasilkan suatu tindakan untuk menggunakan dana membeli.					

### Gaya Hidup ( X<sub>3</sub> )

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
	<b><i>Kegiatan (activity)</i></b>					
1	Saya menggunakan sepeda motor matik Honda Vario untuk aktivitas sehari-hari.					
2	Sepeda motor matik Honda Vario disamping untuk aktivitas sehari-hari juga sebagai kendaraan yang saya pilih ketika liburan.					
	<b><i>Minat (Interest)</i></b>					
3	Sepeda motor matik Honda Vario merupakan <i>trend</i> masa kini.					
4	Sepeda motor matik Honda Vario adalah sepeda motor matik yang modern dan elegan sehingga memunculkan minat untuk membeli dan memiliki.					
	<b><i>Opini (opinion)</i></b>					
5	Opini saya sepeda motor matik Honda Vario adalah sepeda motor yang irit dan ramah lingkungan.					
6	Menurut saya sepeda motor matik Honda Vario adalah sepeda motor yang menjadi sarana transportasi yang cepat, aman dan nyaman digunakan sehari-					

	hari.					
--	-------	--	--	--	--	--

### Keputusan Pembelian ( Y )

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
	<b>A. Pengenalan Kebutuhan</b>					
1	Saya membutuhkan sepeda motor matik Honda Vario karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.					
2	Saya membutuhkan sepeda motor matik Honda Vario karena sepeda motor yang berkelas sehingga bisa di gunakan untuk bergaya.					
	<b>B. Pencarian Informasi</b>					
3	Saya mengetahui informasi mengenai sepeda motor matik Honda Vario dari keluarga, teman, atau tetangga yang pernah membelinya					
4	Saya mencari dan mengetahui informasi mengenai sepeda motor matik Honda Vario dari media elektronik, media cetak dan internet.					
	<b>C. Penilaian Alternatif</b>					

5	Menurut saya sepeda motor matik Honda Vario sangat tepat jika dibeli dan digunakan sehari-hari.					
6	Menurut saya sepeda motor matik Honda Vario adalah sepeda motor yang cocok dipakai semua usia anak muda dan dewasa.					
	<b>D. Keputusan Pembelian</b>					
7	Saya akan membeli sepeda motor matik Honda Vario jika Dealer menyediakan cara pembayaran yang mudah, baik tunai maupun non tunai.					
8	Saya akan membeli sepeda motor matik Honda Vario karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produknya.					
	<b>E. Perilaku Pasca Pembelian</b>					
9	Setelah membeli sepeda motor matik Honda Vario saya merasa puas dengan kualitas produknya dan sesuai dengan harganya.					
10	Setelah membeli sepeda motor matik Honda Vario saya merasa beruntung dan bersyukur karena memiliki sepeda motor berkelas dan berkualitas terbaik.					

## Lampiran 7. Tabulasi Data Penelitian

No Responden	KUALITAS PRODUK X1																			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	JUMLAH	RATA RATA
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	87	4,833333333
3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	77	4,277777778
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
6	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	83	4,611111111
7	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	83	4,611111111
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
9	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	81	4,5
10	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	83	4,611111111
11	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	83	4,611111111
12	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	79	4,388888889
13	4	3	5	5	3	5	4	3	5	3	5	4	3	3	5	5	3	5	73	4,055555556
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
15	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	68	3,777777778

16	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	67	3,722222222
17	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	83	4,611111111
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
21	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	83	4,611111111
22	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	65	3,611111111
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
24	5	4	5	5	4	5	5	2	5	4	5	5	2	4	5	5	4	5	79	4,388888889
25	5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	81	4,5
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
27	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	87	4,833333333
28	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	5	5	4	4	4	3	71	3,944444444
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
30	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	79	4,388888889
31	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	70	3,888888889
32	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	83	4,611111111
33	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	66	3,666666667
34	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	62	3,444444444
35	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	65	3,611111111

36	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	86	4,777777778
37	5	3	5	5	3	4	5	4	5	3	4	5	4	3	5	5	3	4	75	4,166666667
38	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67	3,722222222
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
40	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	59	3,277777778
41	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	67	3,722222222
42	4	5	4	3	5	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	3	5	4	76	4,222222222
43	3	5	3	3	5	3	3	5	3	5	3	3	5	5	3	3	5	3	68	3,777777778
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
45	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	88	4,888888889
46	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	64	3,555555556
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
48	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	70	3,888888889
49	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	59	3,277777778
50	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	57	3,166666667
51	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	88	4,888888889
52	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	83	4,611111111
53	5	3	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	5	5	4	5	79	4,388888889
54	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	81	4,5
55	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	70	3,888888889

56	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	78	4,333333333
57	3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	78	4,333333333
58	5	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	81	4,5
59	3	4	2	3	2	3	4	4	3	2	3	4	4	4	2	3	2	3	55	3,055555556
60	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	70	3,888888889
61	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	75	4,166666667
62	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	66	3,666666667
63	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	72	4
64	4	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	3	2	4	4	3	4	4	63	3,5
65	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	69	3,833333333
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
67	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	61	3,388888889
68	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4	2	63	3,5
69	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	74	4,111111111
70	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	70	3,888888889
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
72	2	4	2	2	4	2	2	3	2	4	2	2	3	4	2	2	4	2	48	2,666666667
73	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	80	4,444444444
74	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	69	3,833333333
75	3	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	5	3	3	4	3	63	3,5

76	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	59	3,277777778
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
78	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	75	4,166666667
79	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	66	3,666666667
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
81	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	65	3,611111111
82	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	73	4,055555556
83	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	74	4,111111111
84	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	79	4,388888889
85	3	4	3	3	5	4	4	5	3	5	4	4	5	4	3	3	5	4	71	3,944444444
86	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	76	4,222222222
87	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	69	3,833333333
88	3	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	70	3,888888889
89	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	74	4,111111111
90	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	74	4,111111111
91	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	79	4,388888889
92	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	4	81	4,5
93	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	86	4,777777778
94	5	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	76	4,222222222
95	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	73	4,055555556

96	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	82	4,555555556
97	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	80	4,444444444
98	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	73	4,055555556
99	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	76	4,222222222
100	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	84	4,666666667
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
103	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	79	4,388888889
104	4	5	3	3	5	4	4	5	3	5	4	4	5	5	3	3	5	4	74	4,111111111
105	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	76	4,222222222

## Lampiran 8. Hasil Olah Data SPSS Uji Validitas

Correlations									
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8
X3.1	Pearson Correlation	1	.398**	.168	.366**	.239*	.192	.229*	.201*
	Sig. (2-tailed)		.000	.100	.000	.019	.059	.024	.048
	N	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.2	Pearson Correlation	.398**	1	.030	.287**	.152	.094	.120	.022
	Sig. (2-tailed)	.000		.769	.004	.138	.360	.242	.830
	N	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.3	Pearson Correlation	.168	.030	1	.114	.624**	.135	.081	.862**
	Sig. (2-tailed)	.100	.769		.265	.000	.186	.428	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.4	Pearson Correlation	.366**	.287**	.114	1	.163	.193	.131	.172
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.265		.110	.058	.200	.093
	N	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.5	Pearson Correlation	.239*	.152	.624**	.163	1	.232*	-.046	.732**
	Sig. (2-tailed)	.019	.138	.000	.110		.022	.656	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.6	Pearson Correlation	.192	.094	.135	.193	.232*	1	.185	.170

	Sig. (2-tailed)	.059	.360	.186	.058	.022		.070	.096	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105

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

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

<b>Correlations</b>												
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.732**	.845**	.773**	.794**	.596**	.535**	.793**	.624**	.681**	.876**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y.2	Pearson Correlation	.732**	1	.697**	.740**	.620**	.571**	.709**	.579**	.862**	.561**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y.3	Pearson Correlation	.845**	.697**	1	.886**	.871**	.611**	.534**	.691**	.589**	.802**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y.4	Pearson Correlation	.773**	.740**	.886**	1	.903**	.617**	.578**	.657**	.632**	.729**	.890**



Y.9	Pearson Correlation	.624**	.862**	.589**	.632**	.546**	.595**	.764**	.563**	1	.712**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y.10	Pearson Correlation	.681**	.561**	.802**	.729**	.727**	.637**	.600**	.668**	.712**	1	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Total_Y	Pearson Correlation	.876**	.844**	.891**	.890**	.870**	.791**	.773**	.831**	.823**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												

## Uji Reliabilitas

Variabel X1

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.879	8

Variabel X2

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.846	8

Variabel X3

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.713	8

Variabel Y

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.954	10

## Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.662	3.464		4.521	.000		
	Kualitas Produk	.269	.106	.190	2.543	.013	.486	2.060
	Iklan	.638	.120	.383	5.321	.000	.522	1.916
	Gaya Hidup	.795	.174	.408	4.557	.000	.337	2.970
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN								

## Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardize d Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.05078727
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.049
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

### Uji Heteroskedastisitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.05078727
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.049
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

### Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.662	3.464		4.521	.000
	Kualitas Produk	.269	.106	.190	2.543	.012
	Iklan	.638	.120	.383	5.321	.000
	Gaya Hidup	.795	.174	.408	4.558	.000
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						

### Uji - t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.662	3.464		4.521	.000
	Kualitas Produk	.269	.106	.190	2.543	.013
	Iklan	.638	.120	.383	5.321	.000
	Gaya Hidup	.795	.174	.408	4.558	.000
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						

### Uji - F

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2664.334	3	888.111	92.439	.000 <sup>b</sup>
	Residual	893.501	93	9.608		
	Total	3557.835	96			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, IKLAN, GAYA HIDUP						