

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. F. F., & E, A. S. S. (2018). *PENGARUH HARGA PRODUK INDIHOME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN THE INFLUENCE OF THE PRICES OF PRODUCTS THE CONSUMER ' S PURCHASING DECISION AGAINST INDIHOME*. 4(3), 1100-1107.
- Andriani, C. E. T. I., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Sumbawa, U. T. (2020). *Pengaruh Harga Paket Internet Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*.
- CINDY, A. B. (2017). *ANALISIS PENGARUH HARGA PAKET, KUALITAS JARINGAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET (SURVEI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA)*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 5-7.
- Ermawati, E., Husaini, A., & Pakkawaru, I. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 36-58. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i1.22.36-58>
- Fillah, A., & Fitria, S. E. (2018). *THE EFFECT OF PROMOTION , PRICE , QUALITY OF PRODUCTS , AND BRAND IMAGE ON INDIHOME PURCHASE DECISIONS (CASE STUDY OF PESONA BALI RESIDENCE , BANDUNG)* *Innovation in companies makes companies more developed and able to compete in the market . The development of technology and information is increasingly high and complex . Increasingly competitive competition conditions require companies engaged in telecommunication to continuously pay attention and consider customer satisfaction in addition to profit achievement . This good product quality will be able to provide a sense of confidence in consumers in its use which then becomes the motivation of*

consumers to buy and enjoy the product continuously . This study aims to determine the effect of promotion , price , product quality and brand image on Indihome purchasing decisions . This study uses a quantitative approach with multiple regression analysis . Collecting research data using a questionnaire . The sample in this study were 85 consumers in Pesona Bali Housing , with Simple Random Sampling technique . The results of this study obtained that Promotion , Price , Product Quality and Brand Image had a significant effect simultaneously or partially on IndiHome Purchase Decisions . The coefficient of determination is 0 . 790 , meaning that the influence of Promotion , Price , Product Quality and Brand Image simultaneously with IndiHome Purchase Decision is 79 % , while the remaining 21 % is the influence of other variables not observed . Keywords : Promotion , Price , Product Quality , Brand Image , Purchase Decision. 5(3), 3245-3252.

- ghozali imam. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. undip.
- Goenadhi, L. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 12(2), 155-158.
- Hakim, M., & Mulyapradana, A. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Daring dan Motivasi Belajar Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Saat Pandemi Covid-19. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v4i2.8853>
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor - faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administras*, 06(01), 37-43.
- Laksono, & Cahyo, B. (n.d.). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET DATA INTERNET TELKOMSEL (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai , Denpasar) Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai , Bali ,*

Indonesia Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai , Bali , Indonesia Ju. 63-72.

- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.
- Mitariyani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET DI GALLERY EMAS.
- Noviacindy, astika p. (2019). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pengguna Paket Internet Yellow Oleh Indosat Ooredoo Yang Mengakibatkan Pulsa Dan Paket Data Hilang* (Vol. 1, Nomor 3).
- Riski Kurniawan. (2018). *Jurnal DINAMIKA Vol. 4 No. 2 - Desember2018 | ISSN:2460-3643. 4(2)*.
- Rosmitha, S. N. (2017). pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu paket internet dalam perspektif ekonomi islam. *Jurnal Ekonomi*, 6(1), 51-66.
- Samsiyah, S. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap KEpuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Sidoarjo. *Majalah Ekonomi*, 21(1), 135-146.
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia the Effect of Consumer Behavior Toward the Online Purchase of Fashion Product of Zalora Indonesia. *Sosioteknologi*, 15(2), 291-297.
- Sinuhaji, E. (2014). Pengaruh Kepribadian, Kemampuan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja SDM. *Jurnal Ilman*.
- Stiawan, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian ulang palet data internet tri melalui keputusan konsumen pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Wijayanti, H., & Handayani, C. M. S. (2015). Pengaruh Lokasi,

Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Grandsite Pada Pt.Dwi Mulya Jaya Mojokerto. *Majalah ekonomi*, 20(1), 109-123.

Zulaiah, D. (2019). *INTERNET INDOSAT OOREDOO (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto Tahun Akademik*.

Lampiran 1

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak
untuk di uji :

Tanggal : 20 April 2021

Dosen Pembimbing,







SITI SAMSIYAH, S.E., M.M
NPP : 1511749/DY

Lampiran 2

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Yulita Dewi Indaini
NIM : 171500127
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet Indosat (Studi kasus pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo)

Dosen Penguji : 1. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M
2. Ferry Hariawan, S.E., M.M

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
			Penguji I	Penguji 2
1.	28 Juli 2021	BAB 1,2,3,4 & 5		
2.	28 Juli 2021	BAB 2 & 3		


Surabaya, 28 Juli 2021

Mengetahui,

Dosen/Penguji I


I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M
NPP : 1709598/DY

Dosen Penguji II


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

Lampiran 3



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.unipasby.ac.id>

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.
Jabatan : Ketua Program Studi Manajemen

Menyatakan bahwa :

Nama : Yulita Dewi Indaini
NIM : 171500127
Prodi : Manajemen

telah melakukan uji plagiasi dengan judul artikel PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET DATA INTERNET INDOSAT, dengan hasil Similarity Index 18% sehingga layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 07 Juni 2021
Ketua Program Studi Manajemen,

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

Lampiran 4


BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yulita Dewi Indaini
NIM : 171500127
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet Indosat (study kasus pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo.
Dosen Pembimbing : Siti Samsiyah, S.E.,M.M.
Materi Kepembimbingan :

No	Tanggal	Materi Bimbingan	Keterangan	Tanda Tangan
1	26/10/2020	Judul	Revisi	
2	09/11/2020	Pengajuan Judul	Acc	
3	09/11/2020	Bab 1 Latar Belakang	Revisi	
4	30/11/2020	Bab 1	Acc	
5	30/11/2021	Bab 2 Telaah Pustaka	Revisi	
6	23/12/2021	Bab 2 Telaah Pustaka	Acc	
7	23/12/2021	Bab 3 Metode Penelitian	Revisi	
8	11/01/2021	Bab 3 Metode Penelitian	Acc	
9	11/01/2021	Kuesioner	Revisi	
10	18/01/2021	Kuesioner	Acc	
11	25/03/2021	Bab 4 penulisan	Revisi	
12	25/03/2021	Bab 5 penulisan	Revisi	
13	12/04/2021	Bab 4 pembahasan , hasil uji T	Revisi	
14	12/04/2021	Bab 5 kesimpulan dan saran	Revisi	
15	24/04/2021	Bab 4 penulisan	Acc	
16	24/04/2021	Bab 5 kesimpulan	Acc	

Tanggal selesai menulis skripsi :

Surabaya, 21 Mei 2021


Siti Samsiyah, S.E., M.M.
NPP : 1511749/DY

Lampiran 5

LEMBAR PERSETUJUAN ARTIKEL

Judul Penelitian : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET DATA INTERNET INDOSAT (study kasus pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo).

Nama : Yulita Dewi Indaini

Nim : 171500127

Program Studi : Manajemen

Email : Ydewiindaini@gmail.com

Surabaya, 21 Mei 2021

Dosen Pembimbing



Siti Samsiyah, S.E., M.M.

NPP : 1511749/DY

Lampiran 6



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 : 210068/01/FEB/ II /2021
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data


Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
Kepala desa kraton
Ds. Kraton kec. Krian
di -
Sidoarjo

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

Nama : Yulita Dewi Indaini
NIM : 171500127
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet Indosat (Study kasus pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo).

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

Surabaya, 8 Februari 2021



Dr. H. Teguh Purwanto M.M
NIP. 19601222.199003.1001

Lampiran 7



PEMERINTAH KABUPATEN SIDOARJO

KECAMATAN KRAN

KEPALA DESA KRATON

Jln : Raya Sidomukti No.1 Telp. 031 8982142 Kode Pos 61262

SURAT KETERANGAN

Reg.No: 474/ 219 /438.7.8.4/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini **Kepala Desa** Kraton menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

N a m a : Yulita Dewi Indaini
TTL : Sidoarjo, 08 Juli 1999
Alamat : Sidomukti RT 08 RW 02 desa Kraton Kecamatan Kran
N I K : 3515114807990003
N I M : 171500127
Prodi/Universitas : Manajemen/Universitas PGRI Adi buana Surabaya.
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet Indosat (Study kasus pelajar di desa Kraton Kecamatan Kran kabupaten Sidoarjo)
Keterangan : Menerangkan dengan sebenarnya bahwa yang bersangkutan benar-benar melakukan penelitian Skripsi dengan judul di atas sejak dari tanggal 09 Pebruari 2021 sampai dengan 26 Maret 2021 di desa Kraton kecamatan Kran kabupaten Sidoarjo.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Kraton, 29 Maret 2021



Lampiran 8
 Tabulasi Data
 1. Harga (X₁)

Resp.	Harga (X ₁)												Jumlah
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	
Resp_1	4	5	4	4	3	2	4	2	4	1	2	4	39
Resp_2	2	4	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	37
Resp_3	4	2	4	3	3	2	2	2	3	2	4	3	34
Resp_4	4	3	4	3	3	2	4	2	4	3	4	4	40
Resp_5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	3	4	5	52
Resp_6	4	5	4	5	4	3	4	3	5	5	5	5	52
Resp_7	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	3	42
Resp_8	4	4	4	4	5	4	3	2	4	4	4	4	46
Resp_9	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	46
Resp_10	5	4	2	3	3	4	3	4	3	4	4	3	42
Resp_11	3	4	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	45
Resp_12	4	3	4	2	3	2	4	5	5	3	2	3	40

Resp_13	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	50
Resp_14	3	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	47
Resp_15	2	3	2	4	2	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	37	
Resp_16	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	48	
Resp_17	3	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4	2	4	3	3	42	
Resp_18	4	5	4	2	3	3	2	2	3	4	3	4	4	4	4	41	
Resp_19	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47	
Resp_20	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	53	
Resp_21	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	42	
Resp_22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
Resp_23	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49	
Resp_24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
Resp_25	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	51	
Resp_26	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	43	
Resp_27	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	51	
Resp_28	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	57	
Resp_29	3	5	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	5	4	4	43	

Resp_30	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	51
Resp_31	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	45
Resp_32	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	47
Resp_33	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	46
Resp_34	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	49
Resp_35	4	4	4	5	4	5	5	4	4	2	4	5	5	2	4	48
Resp_36	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	3	4	49
Resp_37	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	48
Resp_38	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	52
Resp_39	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	42
Resp_40	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	52
Resp_41	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	45
Resp_42	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	42
Resp_43	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	3	5	3	3	4	47
Resp_44	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4	50
Resp_45	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	48
Resp_46	5	5	5	4	4	3	3	5	4	3	3	5	5	3	3	50

Resp_47	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	49
Resp_48	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	51
Resp_49	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	56
Resp_50	5	3	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	52
Resp_51	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	5	4	4	48
Resp_52	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	53
Resp_53	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	5	4	5	5	50
Resp_54	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	54
Resp_55	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	3	49
Resp_56	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	3	3	5	4	3	49
Resp_57	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	45
Resp_58	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	48
Resp_59	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	5	5	3	53
Resp_60	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	52
Resp_61	5	3	5	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	3	4	4	50
Resp_62	4	4	4	5	3	5	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4	49
Resp_63	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	5	4	3	47

Resp_64	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	53
Resp_65	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	45
Resp_66	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	44
Resp_67	5	4	3	5	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	44
Resp_68	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
Resp_69	3	4	3	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	46
Resp_70	5	5	3	4	3	2	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	45
Resp_71	4	4	4	5	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	49
Resp_72	3	3	3	5	3	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	40
Resp_73	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	54
Resp_74	4	4	4	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	47
Resp_75	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	47
Resp_76	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_77	3	5	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	5	3	5	5	47
Resp_78	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	43
Resp_79	4	3	4	5	2	3	3	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	45
Resp_80	3	5	3	5	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	49

Resp_81	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	51
Resp_82	3	4	3	5	3	4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	47
Resp_83	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	47	
Resp_84	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	50	
Resp_85	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	47	
Resp_86	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	57	
Resp_87	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	54	
Resp_88	3	5	3	4	5	3	4	4	5	4	5	3	4	5	4	47	
Resp_89	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	51	
Resp_90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49	
Resp_91	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	56	
Resp_92	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	48	
Resp_93	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	52	
Resp_94	3	4	3	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	47	
Resp_95	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	50	
Resp_96	5	3	5	4	4	3	3	3	4	4	5	5	5	3	5	49	
Resp_97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	50	

Resp_98	4	3	4	3	3	5	5	4	3	3	4	3	3	4	4	3	44
Resp_99	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	51
Resp_100	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	47	
Resp_101	2	4	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	44	
Resp_102	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	49	
Resp_103	4	3	4	3	3	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	44	
Resp_104	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	51	
Resp_105	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	45	

2. Kualitas Produk (X₂)

Resp.	KUALITAS PRODUK (X ₂)																JUMLAH		
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16		X2.17	X2.18
Resp_1	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	2	5	5	4	5	5	77
Resp_2	3	2	4	5	3	5	4	5	3	3	4	4	3	4	4	3	1	3	63
Resp_3	4	2	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4	2	2	59

Resp_4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	3	64	
Resp_5	5	5	2	5	5	2	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	3	67
Resp_6	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	2	2	2	4	2	3	68	
Resp_7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	5	3	5	3	66	
Resp_8	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	68	
Resp_9	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	2	60	
Resp_10	5	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	66	
Resp_11	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	2	2	3	5	2	4	64	
Resp_12	3	5	5	3	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	5	5	5	4	4	5	3	4	4	70	
Resp_13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	80	
Resp_14	5	4	2	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	3	3	2	3	69	
Resp_15	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	3	3	4	4	2	5	3	3	5	5	3	66	
Resp_16	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	5	4	5	5	83	
Resp_17	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3	5	4	72	
Resp_18	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	60	

Resp_19	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	5	4	4	4	65
Resp_20	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87
Resp_21	3	4	2	3	3	4	2	4	3	3	3	1	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	56
Resp_22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	2	5	5	2	5	5	74
Resp_23	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	3	5	5	79
Resp_24	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	3	5	5	80
Resp_25	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	83
Resp_26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	74
Resp_27	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	3	70
Resp_28	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	5	5	3	5	5	4	5	5	4	70
Resp_29	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	1	3	2	1	3	4	4	3	3	3	3	52
Resp_30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	75
Resp_31	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	2	4	4	3	1	3	4	4	4	3	3	3	67
Resp_32	3	3	4	5	3	4	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	67
Resp_33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	4	4	3	64

Resp_34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	67	
Resp_35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	2	2	2	2	3	3	76
Resp_36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	80	
Resp_37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	80	
Resp_38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	79	
Resp_39	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	3	68	
Resp_40	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	79	
Resp_41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	4	4	4	4	4	64	
Resp_42	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	66	
Resp_43	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	5	2	2	5	68	
Resp_44	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	5	2	2	5	5	65	
Resp_45	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	3	4	4	62	
Resp_46	4	3	2	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	57	
Resp_47	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	67	
Resp_48	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	66	

Resp_49	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	5	3	3	2	4	3	5	63
Resp_50	4	3	2	4	4	3	2	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	3	4	62
Resp_51	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	67
Resp_52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	2	5	4	5	5	3	73
Resp_53	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	3	2	3	4	4	3	4	64
Resp_54	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	5	3	5	5	5	5	4	80
Resp_55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	2	66
Resp_56	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	3	4	5	3	3	67
Resp_57	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	2	3	4	4	3	4	73
Resp_58	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	66
Resp_59	4	2	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	65
Resp_60	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	69
Resp_61	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	2	2	4	3	2	5	54
Resp_62	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	5	65
Resp_63	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	5	3	3	5	66

Resp_64	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	5	4	3	5	63
Resp_65	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	3	3	2	4	5	4	4	5	78
Resp_66	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	3	3	4	5	4	4	5	79
Resp_67	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	5	5	5	5	2	5	4	4	5	5	69
Resp_68	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	69
Resp_69	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	3	3	5	72
Resp_70	3	5	4	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	3	4	5	67
Resp_71	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	3	5	65
Resp_72	4	3	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	3	5	71
Resp_73	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	2	2	2	3	5	2	5	72
Resp_74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	2	2	4	5	5	4	5	81
Resp_75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	4	2	4	64
Resp_76	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	5	5	2	5	67
Resp_77	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	73
Resp_78	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	3	5	74

Resp_94	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	5	3	4	70
Resp_95	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	75
Resp_96	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	71
Resp_97	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	3	5	78
Resp_98	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	2	4	3	4	5	77
Resp_99	5	4	3	5	5	5	4	3	5	5	3	3	2	3	3	3	4	68
Resp_100	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	66
Resp_101	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	68
Resp_102	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	66
Resp_103	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	80
Resp_104	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	80
Resp_105	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	5	79

3. Keputusan Pembelian (Y)

Resp.	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)															JUMLAH
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	
Resp_1	4	4	2	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	64
Resp_2	4	4	3	4	4	3	1	3	4	4	4	3	3	4	4	52
Resp_3	4	4	2	2	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	51
Resp_4	4	4	2	2	4	4	2	3	2	4	4	4	2	4	3	48
Resp_5	3	4	4	2	3	3	2	3	5	5	2	3	3	3	3	48
Resp_6	4	5	2	2	4	3	2	3	4	2	2	3	4	4	3	47
Resp_7	4	4	2	5	2	3	5	3	4	2	3	3	3	2	4	49
Resp_8	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	57
Resp_9	4	4	2	4	3	4	2	2	4	2	2	4	2	3	4	46
Resp_10	3	4	3	4	4	3	4	2	3	5	2	3	4	4	3	51
Resp_11	3	4	5	2	3	5	2	4	3	2	3	3	3	3	4	49
Resp_12	3	5	5	4	5	3	4	4	2	2	5	3	5	5	3	58
Resp_13	4	4	5	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	61
Resp_14	5	5	2	4	3	3	2	3	3	5	3	3	4	3	3	51

Resp_15	3	4	2	5	3	3	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
Resp_16	5	5	2	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
Resp_17	4	3	3	5	4	3	5	4	4	4	5	4	3	2	3	4	3	4	4	3	4	4	57
Resp_18	4	3	3	4	3	3	4	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	48
Resp_19	4	4	3	4	3	5	4	4	2	2	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	53
Resp_20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
Resp_21	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	52
Resp_22	5	4	5	2	5	5	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	67
Resp_23	5	5	5	3	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
Resp_24	5	4	4	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
Resp_25	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67
Resp_26	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68
Resp_27	3	4	4	5	5	4	5	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
Resp_28	2	5	3	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
Resp_29	3	2	1	3	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	42
Resp_30	4	4	2	3	4	4	3	4	2	2	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
Resp_31	4	3	1	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	49

Resp_49	2	5	3	3	2	4	3	5	4	4	5	3	4	2	49
Resp_50	5	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	3	4	3	50
Resp_51	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	62
Resp_52	5	5	2	5	4	5	5	3	2	4	4	4	5	4	60
Resp_53	5	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	55
Resp_54	4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	3	65
Resp_55	4	2	3	4	3	4	4	2	3	3	5	5	4	5	56
Resp_56	4	3	3	3	4	5	3	3	3	5	3	5	5	4	54
Resp_57	3	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	5	4	3	53
Resp_58	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	4	3	54
Resp_59	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	58
Resp_60	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	56
Resp_61	3	4	2	2	4	3	2	5	2	2	5	3	3	5	50
Resp_62	4	4	2	3	4	4	3	5	4	4	5	5	4	3	58
Resp_63	3	4	2	3	5	3	3	5	4	4	3	2	3	3	52
Resp_64	4	3	2	3	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	56
Resp_65	3	3	2	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	58

Resp_66	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	4	5	3	4	5	4	2	5	4	60
Resp_67	5	5	2	5	4	4	5	5	2	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	62
Resp_68	4	3	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	3	4	4	2	4	4	5	59
Resp_69	5	2	4	3	5	3	3	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	59
Resp_70	4	4	2	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	3	3	3	4	4	5	59
Resp_71	5	2	4	3	4	4	3	5	5	5	3	4	5	4	3	3	4	4	4	58
Resp_72	5	4	4	3	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	55
Resp_73	5	3	2	2	3	5	2	5	2	4	3	3	2	4	3	3	3	3	4	51
Resp_74	5	3	2	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	5	5	63
Resp_75	4	3	3	2	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	50
Resp_76	4	3	3	2	5	5	2	5	3	4	4	5	3	4	5	2	2	5	5	58
Resp_77	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	5	54
Resp_78	5	4	4	3	4	3	3	5	3	4	5	3	3	3	2	2	4	4	5	57
Resp_79	4	4	2	4	3	4	4	5	5	3	4	4	5	4	3	3	3	3	5	57
Resp_80	3	5	2	4	3	4	4	5	2	3	4	4	2	4	3	3	3	3	5	54
Resp_81	5	5	2	4	3	5	4	4	3	4	4	4	3	5	3	3	3	3	4	58
Resp_82	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	66

Resp_83	4	3	2	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	5	61
Resp_84	5	4	4	2	4	3	2	5	3	5	3	4	4	3	4	4	3	54
Resp_85	5	3	2	3	3	4	3	5	4	3	3	4	3	4	3	3	51	
Resp_86	3	4	2	4	4	3	4	5	5	3	4	3	4	4	4	5	57	
Resp_87	3	4	2	3	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	54	
Resp_88	3	4	2	2	4	4	2	5	5	4	4	4	3	4	4	3	53	
Resp_89	5	4	2	4	3	4	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4	56	
Resp_90	2	5	4	2	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	57	
Resp_91	2	3	2	2	3	4	2	5	4	5	5	4	2	3	3	2	48	
Resp_92	5	5	3	4	5	5	4	4	3	4	5	5	2	5	4	4	63	
Resp_93	3	3	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	2	5	2	2	58	
Resp_94	3	3	4	3	5	5	3	4	4	4	3	4	3	5	5	5	59	
Resp_95	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	63	
Resp_96	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	65	
Resp_97	4	5	3	3	4	5	3	5	5	4	3	5	4	4	4	4	61	
Resp_98	3	5	2	4	3	5	4	5	4	4	3	5	4	4	3	3	57	
Resp_99	3	5	2	3	3	3	3	4	5	4	4	3	4	4	3	5	54	

Resp_100	2	5	2	4	3	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	5	55
Resp_101	4	5	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	5	54
Resp_102	4	5	2	2	5	4	2	4	4	5	3	3	4	4	5	4	56
Resp_103	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	63
Resp_104	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	65
Resp_105	4	5	3	3	4	5	3	5	5	5	4	3	5	4	4	4	61

Lampiran 10

Tabel frekuensi jawaban responden

1. Harga (X1)

No	Jawaban						Presentase				
	Urutan	SS	S	RR	TS	STS	SS	S	RR	TS	STS
1	X1.1	25	60	17	3	0	24%	57%	16%	3%	0%
2	X1.2	32	61	11	1	0	30%	58%	10%	1%	0%
3	X1.3	21	60	21	3	0	20%	57%	20%	3%	0%
4	X1.4	19	53	29	4	0	18%	50%	28%	4%	0%
5	X1.5	24	48	30	3	0	23%	46%	29%	3%	0%
6	X1.6	12	49	38	6	0	11%	47%	36%	6%	0%
7	X1.7	26	65	12	2	0	25%	62%	11%	2%	0%
8	X1.8	26	52	21	6	0	25%	50%	20%	6%	0%
9	X1.9	20	60	24	1	0	19%	57%	23%	1%	0%
10	X1.10	29	61	13	1	1	28%	58%	12%	1%	1%
11	X1.11	29	62	11	3	0	28%	59%	10%	3%	0%
12	X1.12	19	61	24	1	0	18%	58%	23%	1%	0%
Mean							22%	55%	20%	3%	0%

2. Kualitas Produk (X2)

No	Jawaban						Presentase				
	Urutan	SS	S	RR	TS	STS	SS	S	RR	TS	STS
1	X2.1	29	61	14	1	0	28%	58%	13%	1%	0%
2	X2.2	30	49	19	7	0	29%	47%	18%	7%	0%
3	X2.3	23	48	28	5	1	22%	46%	27%	5%	1%
4	X2.4	32	61	12	0	0	30%	58%	11%	0%	0%
5	X2.5	30	61	14	0	0	29%	58%	13%	0%	0%
6	X2.6	32	49	19	5	0	30%	47%	18%	5%	0%
7	X2.7	23	48	28	5	1	22%	46%	27%	5%	1%
8	X2.8	33	61	11	0	0	31%	58%	10%	0%	0%
9	X2.9	29	61	14	1	0	28%	58%	13%	1%	0%
10	X2.10	19	51	25	8	2	18%	49%	24%	8%	2%
11	X2.11	27	49	24	5	0	26%	47%	23%	5%	0%

12	X2.12	25	51	24	4	1	24%	49%	23%	4%	1%
13	X2.13	7	25	28	42	3	7%	24%	27%	40%	3%
14	X2.14	12	42	31	20	0	11%	40%	30%	19%	0%
15	X2.15	31	48	24	2	0	30%	46%	23%	2%	0%
16	X2.16	23	52	29	1	0	22%	50%	28%	1%	0%
17	X2.17	12	38	31	23	1	11%	36%	30%	22%	1%
18	X2.18	40	41	18	6	0	38%	39%	17%	6%	0%
Mean							24%	47%	21%	7%	0%

3. Keputusan pembelian (Y)

No	Jawaban						Presentase				
	Urutan	SS	S	RR	TS	STS	SS	S	RR	TS	STS
1	Y1	27	49	24	5	0	26%	47%	23%	5%	0%
2	Y2	25	51	24	4	1	24%	49%	23%	4%	1%
3	Y3	7	25	28	42	3	7%	24%	27%	40%	3%
4	Y4	12	42	31	20	0	11%	40%	30%	19%	0%
5	Y5	31	48	24	2	0	30%	46%	23%	2%	0%
6	Y6	23	52	29	1	0	22%	50%	28%	1%	0%
7	Y7	12	38	31	23	1	11%	36%	30%	22%	1%
8	Y8	40	41	18	6	0	38%	39%	17%	6%	0%
9	Y9	21	42	25	17	0	20%	40%	24%	16%	0%
10	Y10	27	46	23	9	0	26%	44%	22%	9%	0%
11	Y11	23	42	33	7	0	22%	40%	31%	7%	0%
12	Y12	21	52	30	2	0	20%	50%	29%	2%	0%
13	Y13	8	44	29	23	1	8%	42%	28%	22%	1%
14	Y14	31	48	24	2	0	30%	46%	23%	2%	0%
15	Y15	36	44	20	5	0	34%	42%	19%	5%	0%
Mean							22%	42%	25%	11%	0%

	Sig. (2-tailed)	,130	,207	,089	,026	,550	,326	,413	,248	,240	,004	,039	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1.12	Pearson	,043	,184	,172	,109	,113	,122	,080	,027	,947**	,115	,202*	,496**
	Correlation												
	Sig. (2-tailed)	,666	,061	,079	,269	,251	,215	,417	,786	,000	,245	,039	,000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
variabe	Pearson	,524**	,502**	,609**	,500**	,447**	,440**	,506**	,506**	,475**	,572**	,429**	,496**
	Correlation												
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
IX1	N	105	105	105	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. Kualitas Produk (X₂)

Correlations													varia							
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.1	X2.1	X2.1	X2.1	X2.1	X2.1	X2.1	X2.1	X2.1	belX2	
Pearson Correlation	1	,412**	,122	,808**	,898**	,258**	,122	,763**	1,000**	,279**	,104	,160	,074	,020	,124	,199*	,021	,079	,672**	
X2.1 Sig. (2-tailed)		,000	,214	,000	,000	,008	,214	,000	,000	,004	,293	,102	,455	,836	,207	,042	,831	,426	,000	
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,412**	1	,175	,226*	,326**	,881**	,175	,229*	,412**	,076	,038	,036	,185	,004	,289**	,027	,069	,143	,545**	
X2.2 Sig. (2-tailed)	,000		,074	,020	,001	,000	,074	,019	,000	,441	,700	,714	,059	,969	,003	,783	,484	,146	,000	
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,122	,175	1	,206*	,190	,237*	1,000**	,214*	,122	,071	,201*	,017	,105	,251**	,180	,006	,266**	,072	,521**	

Sig. (2-tailed)	,214	,074		,035	,052	,015	,000	,028	,214	,471	,040	,862	,288	,010	,066	,954	,006	,463	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,808**	,226*	,206*	1	,904**	,326**	,206*	,950**	,808**	,158	,063	,183	,072	,137	,068	,075	,047	,016	,644**
X2.4 Sig. (2-tailed)	,000	,020	,035		,000	,001	,035	,000	,000	,107	,526	,062	,465	,163	,489	,449	,637	,872	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,898**	,326**	,190	,904**	1	,323**	,190	,856**	,898**	,205*	,057	,173	,036	,098	,069	,150	,099	,025	,676**
X2.5 Sig. (2-tailed)	,000	,001	,052	,000		,001	,052	,000	,000	,036	,566	,078	,718	,320	,482	,126	,316	,797	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,258**	,881**	,237*	,326**	,323**	1	,237*	,329**	,258**	,015	,003	,046	,164	,084	,253**	,060	,047	,062	,513**

Sig. (2-tailed)	,008	,000	,015	,001	,001	,001	,015	,001	,001	,008	,877	,977	,644	,094	,396	,009	,542	,635	,529	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,122	,175	1,000**	,206*	,190	,237*	1	,214*	,122	,071	,201*	,017	,105	,251**	,180	-,006	,266**	,521**	,072	,521**
X2.7 Sig. (2-tailed)	,214	,074	,000	,035	,052	,015	,028	,028	,214	,471	,040	,862	,288	,010	,066	,954	,006	,463	,000	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,763**	,229*	,214*	,950**	,856**	,329**	,214*	1	,763**	,169	,028	,188	,106	,191	,108	,079	,100	,652**	-,055	,652**
X2.8 Sig. (2-tailed)	,000	,019	,028	,000	,000	,001	,028	,000	,000	,085	,778	,055	,280	,051	,273	,425	,312	,579	,000	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	1,000**	,412**	,122	,808**	,898**	,258**	,122	,763**	1	,279**	,104	,160	,074	,020	,124	,199*	,021	,672**	,079	,672**

Sig. (2-tailed)	,102	,714	,862	,062	,078	,644	,862	,055	,102	,233	,814	,102	,052	,733	,188	,136	,359	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,174	,185	,105	,072	,036	,164	,105	,106	,074	,111	,166	,161	,010	,260**	,121	,002	,095	,366**
X2.13 Sig. (2-tailed)	,455	,059	,288	,465	,718	,094	,288	,280	,455	,262	,090	,102	,922	,007	,217	,987	,333	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,120	,004	,251**	,137	,098	,084	,251**	,191	,020	-,144	,164	,190	1	,116	,121	,895**	-,098	,414**
X2.14 Sig. (2-tailed)	,836	,969	,010	,163	,320	,396	,010	,051	,836	,142	,094	,052	,922	,241	,829	,000	,319	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,124	,289**	,180	,068	,069	,253**	,180	,108	,124	,065	,168	,034	,260**	1	,156	,163	,178	,428**

Sig. (2-tailed)	,207	,003	,066	,489	,482	,009	,273	,207	,510	,086	,733	,007	,241	,111	,096	,069	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,199*	,127	,106	,075	,150	,160	,179	,199*	,215*	,183	,130	,121	,021	1	,078	,205*	,314**
X2.16 Sig. (2-tailed)	,042	,783	,954	,449	,126	,542	,425	,042	,028	,061	,188	,217	,829	,111	,428	,036	,001
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,021	,069	,266**	,047	,099	,047	,100	,021	,130	,125	,147	,002	,895**	,163	1	,016	,423**
X2.17 Sig. (2-tailed)	,831	,484	,006	,637	,316	,635	,312	,831	,185	,205	,136	,987	,000	,096	,428	,868	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,079	,143	,072	,116	,025	,062	,155	,079	,342**	,115	,090	,095	-,098	,178	,205*	1	,303**

Sig. (2-tailed)	,426	,146	,463	,872	,797	,529	,463	,579	,426	,000	,244	,359	,333	,319	,069	,036	,868		
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,672**	,545**	,521**	,644**	,676**	,513**	,521**	,652**	,672**	,313**	,348**	,334**	,366**	,414**	,428**	,314**	,423**		
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000		
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
																		,303**	1

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

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

Sig. (2-tailed)	,214	,074		,035	,052	,015	,000	,028	,214	,471	,040	,862	,288	,010	,066	,954	,006	,463	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,808*	,226*	,206*	1	,904**	,326**	,206*	,950**	,808**	,158	,063	,183	,072	,137	,068	,075	,047	,016	,644**
X2.4 Sig. (2-tailed)	,000	,020	,035		,000	,001	,035	,000	,000	,107	,526	,062	,465	,163	,489	,449	,637	,872	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,898*	,326**	,190	,904**	1	,323**	,190	,856**	,898**	,205*	,057	,173	,036	,098	,069	,150	,099	,025	,676**
X2.5 Sig. (2-tailed)	,000	,001	,052	,000		,001	,052	,000	,000	,036	,566	,078	,718	,320	,482	,126	,316	,797	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,258*	,881**	,237*	,326**	,323**	1	,237*	,329**	,258**	,015	,003	,046	,164	,084	,253**	,060	,047	,062	,513**

Sig. (2-tailed)	,008	,000	,015	,001	,001	,001	,001	,001	,008	,877	,977	,644	,094	,396	,009	,542	,635	,529	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,122	,175	1,000**	,206*	,190	,237*	1	,214*	,122	,071	,201*	,017	,105	,251**	,180	-,006	,266**	,072	,521**
X2.7 Sig. (2-tailed)	,214	,074	,000	,035	,052	,015		,028	,214	,471	,040	,862	,288	,010	,066	,954	,006	,463	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,763*	,229*	,214*	,950**	,856**	,329**	,214*	1	,763**	,169	,028	,188	,106	,191	,108	,079	,100	-,055	,652**
X2.8 Sig. (2-tailed)	,000	,019	,028	,000	,000	,001	,028	,000	,085	,778	,425	,055	,280	,051	,273	,425	,312	,579	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	1,000**	,412**	,122	,808**	,898**	,258**	,122	,763**	1	,279**	,104	,160	,074	,020	,124	,199*	,021	,079	,672**

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,214	,000	,000	,008	,214	,000	,000	,004	,293	,102	,455	,836	,207	,042	,831	,426	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,279*	,176	,171	,158	,205*	,115	,171	,169	,279**	1	,143	,117	,111	,144	,065	,215*	,130	,342**	,313**
X2.10 Sig. (2-tailed)	,004	,441	,471	,107	,036	,877	,471	,085	,004	,147	,233	,262	,142	,510	,028	,185	,000	,001	,001
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,104	,138	,201*	,163	,157	,003	,201*	,128	,104	,143	1	-.023	,166	,164	,168	,183	,125	,115	,348**
X2.11 Sig. (2-tailed)	,293	,700	,040	,526	,566	,977	,040	,778	,293	,147	,814	,090	,094	,086	,061	,205	,244	,000	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,160	,036	,017	,183	,173	,046	,017	,188	,160	,117	,123	1	,161	,190	,034	,130	,147	,090	,334**

Sig. (2-tailed)	,102	,714	,862	,062	,078	,644	,862	,055	,102	,233	,814	,102	,052	,733	,188	,136	,359	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,174	,185	,105	,072	,036	,164	,105	,106	,074	,111	,166	,161	,010	,260**	,121	,002	,095	,366**
X2.13 Sig. (2-tailed)	,455	,059	,288	,465	,718	,094	,288	,280	,455	,262	,090	,102	,922	,007	,217	,987	,333	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,120	,004	,251**	,137	,098	,084	,251**	,191	,020	,144	,164	,190	1	,116	,121	,895**	-,098	,414**
X2.14 Sig. (2-tailed)	,836	,969	,010	,163	,320	,396	,010	,051	,836	,142	,094	,052	,922	,241	,829	,000	,319	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,124	,289**	,180	,068	,069	,253**	,180	,108	,124	,065	,168	,034	,260**	1	,156	,163	,178	,428**

Sig. (2-tailed)	,207	,003	,066	,489	,482	,009	,066	,273	,207	,510	,086	,733	,007	,241	,111	,096	,069	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,199*	,127	,106	,075	,150	,160	,106	,179	,199*	,215*	,183	,130	,121	,021	1	,078	,205*	,314**
X2.16 Sig. (2-tailed)	,042	,783	,954	,449	,126	,542	,954	,425	,042	,028	,061	,188	,217	,829	,111	,428	,036	,001
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,021	,069	,266**	,047	,099	,047	,266**	,100	,021	,130	,125	,147	,002	,895**	,163	1	,016	,423**
X2.17 Sig. (2-tailed)	,831	,484	,006	,637	,316	,635	,006	,312	,831	,185	,205	,136	,987	,000	,096	,428	,868	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,079	,143	,072	,116	,025	,062	,072	,155	,079	,342**	,115	,090	,095	,098	,178	,205*	1	,303**

Sig. (2-tailed)	,426	,146	,463	,872	,797	,529	,463	,579	,426	,000	,244	,359	,333	,319	,069	,036	,868	,002
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Pearson Correlation	,672*	,545**	,521**	,644**	,676**	,513**	,521**	,652**	,672**	,313**	,348**	,334**	,366**	,414**	,428**	,314**	,423**	,303**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,002
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	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).

2. Uji reliabilitas
 - a. Harga (X_1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	105	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,726	12

- b. Kualitas Produk (X_2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	105	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,783	18

c. Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	105	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,730	15

Uji Asumsi Klasik

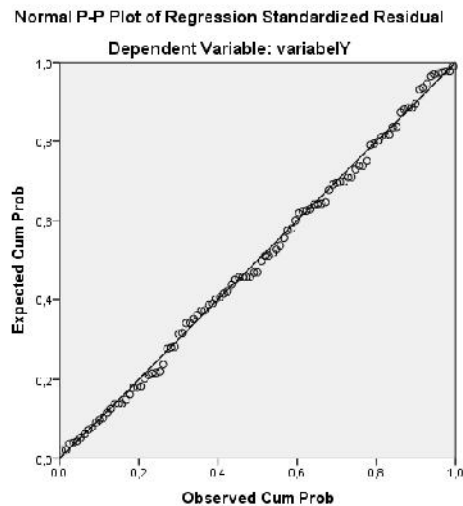
1. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4,01245307
	Absolute	,040
Most Extreme Differences	Positive	,040
	Negative	-,033
Kolmogorov-Smirnov Z		,410
Asymp. Sig. (2-tailed)		,996

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8,236	5,519		1,492	,139		
1 variabel X1	,053	,094	,038	,569	,570	,965	1,037
variabel X2	,650	,060	,734	10,866	,000	,965	1,037

a. Dependent Variable: variabel Y

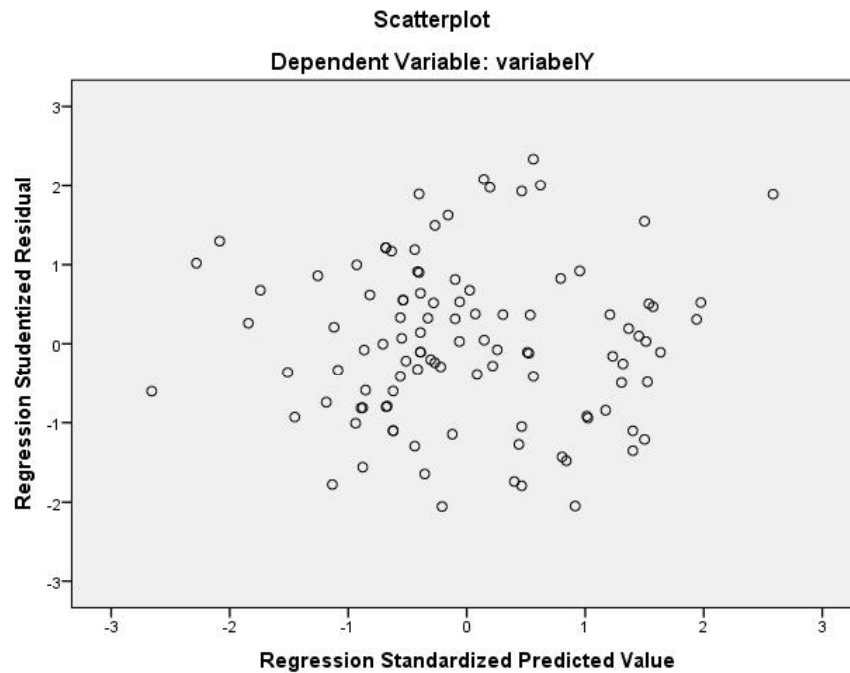
3. Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-,04687
Cases < Test Value	52
Cases >= Test Value	53
Total Cases	105
Number of Runs	45
Z	-1,666
Asymp. Sig. (2-tailed)	,196

4. Uji

Heteroskedastisitas



Analisis Regresi Linier Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,742 ^a	,551	,542	4,05160

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, harga

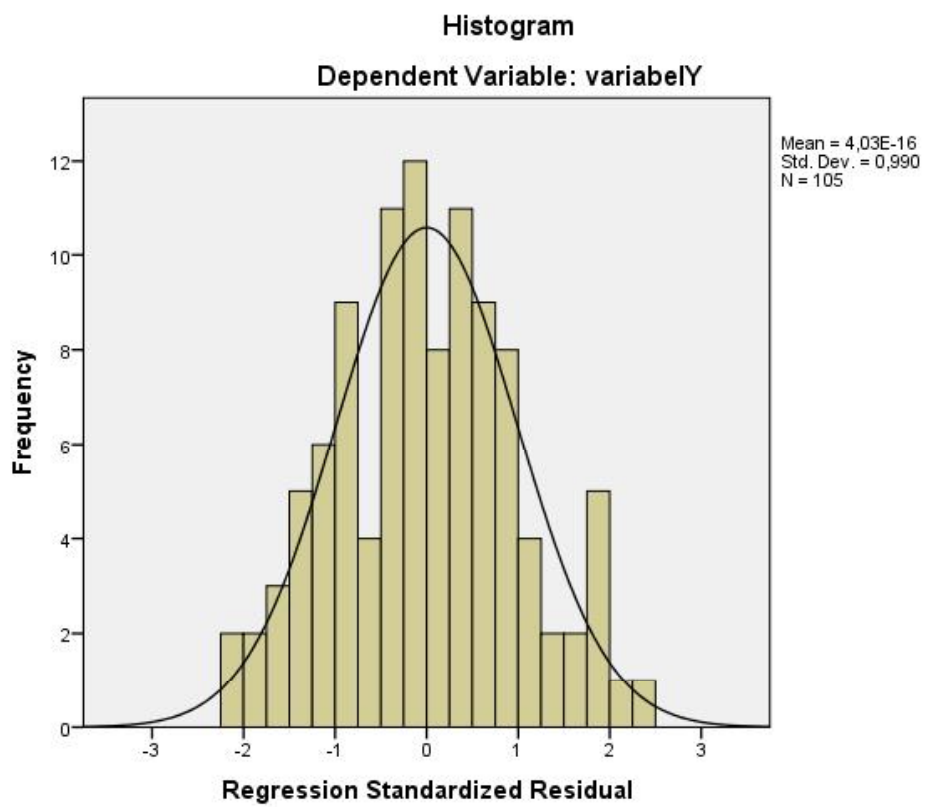
b. Dependent Variable: keputusan pembelian

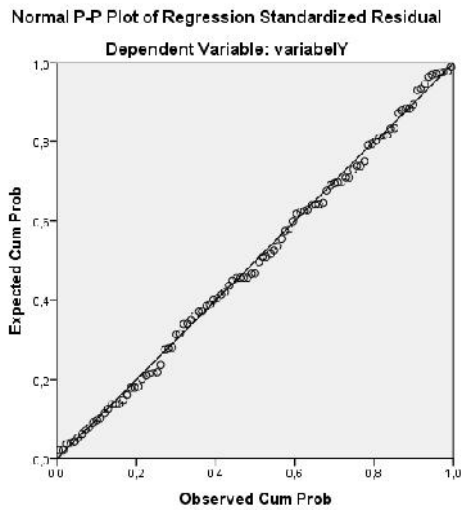
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

	(Constant)	8,236	5,519		1,492	,139
1	Harga	,053	,094	,038	,569	,570
	kualitas produk	,650	,060	,734	10,866	,000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian





Uji T (persial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	44,544	6,421		6,937	,000
Harga	,244	,134	,176	1,817	,072

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

	(Constant)	10,326	4,109		2,513	,014
1	kualitas produk	,657	,059	,741	11,208	,000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Uji F (simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2053,871	2	1026,935	62,559	,000 ^b
	Residual	1674,377	102	16,415		
	Total	3728,248	104			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, harga

Lampiran 10

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET DATA INTERNET INDOSAT

(Study kasus pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian,
Kabupaten Sidoarjo)

Kepada :

Yth. Responden

Pelajardi Desa Kraton

Krian, Sidoarjo

Assalamu'alaikumWr.Wb,

Saya Yulita Dewi Indaini Mahasisiwi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan Tahun 2017 Universitas PGRI AdiBuana Surabaya. Dalam rangka memenuhi tugas akhir perguruan tinggi yang berkaitan dengan penelitian tentang "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet Indosat (Study kasus pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo)" mohon kesediaan saudara untuk meluangkan waktunya mengisi kuisisioner penelitian. Informasi yang saudara berikan merupakan bantuan yang bernilai bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih atas partisipasi anda yang telah menjadi salah satu responden untuk mengisi kuisisioner ini. Kami menghargai kejujuran anda mengisi kuisisioner dan kami menjamin kerahasiaan terkait dengan kuisisioner ini. Hasil survei ini digunakan untuk penelitian skripsi.

PETUNJUK PENGISIAN

- a. Isilah data diri anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya sesuai pada identitas responden.
- b. Jawablah pertanyaan yang disediakan dengan cara memberikan tanda centang pada kolom score yang menurut anda paling sesuai, dimana : Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Ragu-Ragu (RR), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).
- c. Diharapkan untuk tidak menjawab lebih dari satu pilihan jawaban.

IDENTITAS RESPONDEN

- a. Nama
:.....
- b. Jenis Kelamin
:.....
 - Laki-Laki
 - Perempuan
- c. Pendidikan/Status
:
 - SMP
 - SMA
- d. Kelas
:
 - VII
 - VIII
 - IX
 - X
 - XI
 - XII

Harga

No	Pernyataan	Kategori penilaian				
		STS	TS	RR	S	SS

Keterjangkauan harga

- 1 Harga paket data internet indosat dapat dijangkau oleh pelajar.
- 2 Harga paket data internet indosat bervariasi dan inovatif.
- 3 Saya tidak terlalu melihat harga, yang saya perhatikan adalah isi kuota yang diberikan paket data internet indosat.

Pertumbuhan harga pesaing

- 4 Harga paket data indosat terjangkau dibandingkan dengan provider lain.
- 5 Isi kuota yang diberikan cukup banyak dibandingkan dengan provider lain.
- 6 Harga paket data indosat di Desa Kraton lebih murah di bandingkan di daerah lain.

Adanya pengukuran dan evaluasi

- 7 Harga paket data indosat sesuai dengan kualitas jaringan yang diberikan.

- 8 Harga paket data internet indosat cukup mahal.
- 9 Apabila harga paket data internet indosat turun, saya lebih memilih menggunakan paket data internet indosat.

Kesesuaian harga dengan manfaat yang dihasilkan

- 10 Kekuatan sinyal yang diberikan oleh paket data. indosat yang berada di Desa Kraton sesuai dengan Harga yang ditawarkan.
- 11 Kecepatan akses yang diberikan oleh paket data indosat sesuai dengan harga yang ditawarkan.
- 12 Harga paket data indosat sesuai dengan manfaat yang diberikan.

Kualitas Produk (X2)

No Pernyataan

Kategori penilaian

STS TS RR S SS

Kinerja

- 1 Indosat memiliki jaringan 3G dan 4G yang stabil dan bonus-bonus yang dibutuhkan.

- 2 Saya memakai produk Indosat, karena memiliki banyak variasi kuota unlimitid baik telepon, sms, dan kuota internet.
- 3 Saya memakai produk Indosat karena terdapat kuota unlimitid harian, mingguan, dan bulanan.

Fitur atau ciri-ciri tambahan

- 4 Banyak tawaran layanan paket-paket menarik dan beragam yang diberikan oleh indosat.
- 5 Paket data internet indosat mudah untuk didapatkan.
- 6 Variasi produk yang disediakan oleh indosat sangat beragam seperti pulsa Prabayar, pasca bayar, internet, dll.

Reliabilitas

- 7 Indosat memiliki iklan yang menarik.
- 8 Indosat memiliki banyak penawaran bonus.
- 9 Saya merasa indosat merupakan provider yang irit.

Kesesuaian dengan spesifikasi

- 10 Masa aktif layanan internet pada layanan kartu indosat berjangka lama.
- 11 Paket data internet indosat memiliki kualitas sinyal yang kuat di area Desa Kraton.
- 12 Dengan menggunakan paket data indosat freedom, saya biasa memakai internet kapanpun.

Daya tahan

- 13 Kecepatan akses internet yang dimiliki oleh indosat lebih cepat dari operator lain.
- 14 Paket data internet indosat memiliki kecepatan akses yang stabil di area Desa Kraton.
- 15 Pada saat hujan sinyal indosat tetap stabil.

Kemampuan melayani

- 16 Indosat memiliki kualitas pelayanan operator yang baik.
- 17 Indosat merupakan perusahaan yang mengutamakan kepuasan

pelanggannya.

- 18 Desain warna produk paket data indosat menarik.

Estetika

- 19 Paket data internet indosat memberikan reputasi yang baik .
- 20 Paket data internet indosat dapat diandalkan.
- 21 Indosat memiliki nama merk yang terkenal.

Kualitas yang di persepsikan

- 22 Indosat memiliki citra yang baik di kalangan Pelajar di Desa Kraton.
- 23 Kualitas paket data internet indosat sesuai dengan harga yang diberikan.
- 24 Indosat memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Keputusan Pembelian paket data internet indosat (Y)

No	Pernyataan	Kategori penilaian				
		STS	TS	RR	S	SS

Mengenali kebutuhan

- 1 Indosat merupakan paket data yang berkualitas.
- 2 Membeli paket data internet indosat sesuai dengan keinginan, karena harga dan kualitas bagus.
- 3 Menggunakan paket data internet indosat hanya untuk kegiatan pembelajaran daring.

Mencari informasi

- 4 Membeli paket data indosat karena adanya bujukan orang lain.
- 5 Membeli paket data internet indosat karena banyaknya bonus kuota yang didapat.
- 6 Membeli paket data internet indosat setelah membandingkan dengan provider lain.

Evaluasi alternatif

- 7 Membeli karena indosat memiliki fitur SOS (pinjaman pulsa

darurat).

- 8 Indosat dapat memenuhi kebutuhan saya.
- 9 Saya tidak pernah mengalami hambatan untuk membeli paket data internet indosat.

Keputusan pembelian

- 10 Membeli paket data internet indosat karena banyak yang memakai produk tersebut.
- 11 Membeli paket data internet indosat karena harga murah.
- 12 Membeli paket data internet indosat karena sinyal dan jaringan stabil.

Perilaku pasca pembelian

- 13 Membeli paket data internet indosat secara rutin.
- 14 Merasa puas membeli paket data internet indosat.
- 15 Saya akan merekomendasikan paket data indosat ke pihak lain.

Lampiran 11

MATRIK PENELITIAN

MATRIKS PENELITIAN KUANTITATIF

NAMA : YULITA DEWI INDAINI
PRODI : MANAJEMEN E 2017
JUDUL PENELITIAN :PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET DATA INTERNET INDOSAT(Studi kasus pelajar di Desa Kraton,

Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo)

Masalah	Konsep	Variabel penelitian	Indikator variabel penelitian	Hipotesis penelitian	Populasi dan sampel	Metode pengumpulan data	Analisis data	Daftar pustaka
1) Apakah ada pengaruh harga terhadap nilai yang	Harga merupakan sejumlah nilai yang	Variabel bebas 1) Harga (X_1)	Harga (X_1)	1) Harga berpengaruh signifikan	1) Populasi dalam penelitian ini adalah	1) Teknik pengumpulan data dilakukan	1) Pengujian Instrumen	• Ermawati, E., Husaini, A., & Pakkawaru, I. (2020). Pengaruh

keputusan pembelian paket data internet indosat pelajar di desa Kraton, kecamatan Krian, kabupaten Sidoarjo ?	2) Kualitas Produk (X ₂)	dan terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat	pelajar di Desa Kraton Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo yang memakai data internet indosat	melalui Kuisioner dengan cara menyebarkan kepada masyarakat yang berstatus pelajar.	- Uji Validitas - Uji Reliabilitas	Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu.
2) Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian paket data	1) Keputusan Pembelian paket data internet (Y)	2) Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian paket data internet	yang memengaruhi data internet indosat	2) Wawancara 3) Observasi 4) Dokumentasi	3) Regresi Linier Berganda	Ekonomi dan Bisnis Islam Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, 2(1), 36-58. • Sitohang, D. R. S. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk
di bebaskan atas produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat- manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Harga merupakan suatu atribut penting	Kualitas Produk (X ₂)	harga	Pertumbuhan harga pesaing	d. Kesesuaian harga dengan kualitas		
	2) Kualitas Produk (X ₂)	dan terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat	internet indosat	2) Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian paket data internet		

internet indosat pada pelajar di desa Kraton, kecamatan Krian, kabupaten Sidoarjo?	yang di evaluasi oleh konsumen sehingga manajer perusahaan perlu benar-benar peran tersebut dalam mempengaruhi sikap konsumen. (Rosmitha 2017).	indosat	Kraton yang duduk di bangku SMP,SMA yang memakai paket data internet indosat.	4)	Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet Smartfren Pada Mahasiswa/I Universitas Hkbp Nommensen Medan.
3) Apakah ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian data internet	Kualitas Produk (X2) a. Kinerja b. Fitur c. Reliabilitas d. Kesesuaian dengan spesifikasi e. Daya tahan f. Kemampuan melayani g. Estetika h. Kualitas yang dipersiapk	3) Harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat		- Uji T - Uji F	Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap
2) Kualitas internet	2) Kualitas				• Wiradmoko, C., & Wibowo, A. (2018).

pada pelajar di desa Kraton, kecamatan Krian, kabupaten Sidoarjo?	produk adalah persepsi kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan-urutan transaksi atau	an	Keputusan pembelian paket data internet (Y)	Keputusan pembelian PAKET DATA SIMPATI (Studi Pada Konsumen Paket Data Simpati Di Stie Widya Wiwaha Yogyakarta)
			<ul style="list-style-type: none"> a. Mengenali kebutuhan b. Mencari informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku pasca pembelian 	<ul style="list-style-type: none"> • SETIAWAN, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk

interaksi yang dicirikan, meliputi kehandalan, kecepatan koneksi jaringan, kemudahan transaksi layanan, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. (Kurniawan, Ratmono & Septiana 2018)

Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang (Doctoral Dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
• Lubis, A. A. (2018). Pengaruh Harga Dan

3) keputusan dalam melakukan pembelian merupakan hal yang sangat kompleks terjadi melalui proses yang sangat panjang. Pada dasarnya keputusan selalu muncul dari rasa ingin

Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 16(2).
• Rosmitha, S. N. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap

tahu akan
kebutuhan
terhadap
suatu
produk,
baik berupa
barang atau
jasa
Saputri(201
6).

Keputusan
Pembelian
Kartu Paket
Internet
dalam
Perspektif
Ekonomi
Islam (Studi
Kasus pada
Mahasiswa
Fakultas
Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Raden
Intan
Lampung)
(Doctoral
dissertation,
UIN Raden
Intan
Lampung).
• Zulaiah, D.

(2019).
Pengaruh
Harga,
Promosi, Dan
Kualitas
Produk
Terhadap
Keputusan
Pembelian
Layanan
Internet
Indosat
Ooredoo
(Studi Kasus
Mahasiswa
IAIN
Purwokerto
Tahun
Akademik
2018/2019)(D
octoral
dissertation,

IAIN).

- Laksono, C. B., & Suartha, N. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai, Denpasar).

Jurnal
Manajemen
dan Bisnis
Equilibrium,
3(1), 63-72.
• Yunita, B., &
Pradekso, T.
(2020).
Pengaruh
Citra Merek,
Kualitas
Produk, dan
Persepsi
Harga
terhadap
Keputusan
Pembelian
Paket Internet
Smartfren
Super 4G
Unlimited. Int
eraksi

Online, 8(3),
55-65.

- Candra, E. A. (2020). Pengaruh Harga Paket Internet Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi

Sumbawa) (D
octoral
Dissertation,
Universitas
Teknologi
Sumbawa).