

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis pengaruh kualitas produk, penetapan harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Pancamitra Packindo, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

##### 1. Pengaruh kualitas produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil dari hipotesis dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Pancamitra Packindo. Penetapan kesimpulan diatas dapat dilihat dari hasil nilai  $t^{(hitung)}$  sebesar  $4.532 > t^{(tabel)} 1,659$  dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Pancamitra Packindo.

##### 2. Pengaruh penetapan harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil dari hipotesis dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Hal ini berarti variabel penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Pancamitra Packindo. Penetapan kesimpulan diatas dapat dilihat dari hasil nilai  $t^{(hitung)}$  sebesar  $2.455 > t^{(tabel)} 1,659$  dengan taraf signifikansi  $0,016 < 0,05$  yang berarti

pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa penetapan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Pancamitra Packindo.

3. Pengaruh pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil dari hipotesis dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Hal ini berarti variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Pancamitra Packindo. Penetapan kesimpulan diatas dapat dilihat dari hasil nilai  $t^{(hitung)}$  sebesar  $14.377 > t^{(tabel)} 1,659$  dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Pancamitra Packindo.

4. Pengaruh kualitas produk, penetapan harga dan pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Pancamitra Packindo

Berdasarkan hasil dari hipotesis dapat disimpulkan bahwa  $H_{04}$  ditolak dan  $H_4$  diterima. Hal ini berarti variabel kualitas produk, penetapan harga dan pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap kinerja keputusan pembelian pada PT. Pancamitra Packindo. Penetapan kesimpulan diatas dapat dilihat dari hasil nilai  $F^{(hitung)} 259.965 > F^{(tabel)} 2.69$  dengan tingkat signifikan  $0,000$  karena

tingkat signifikan < dari 0,05. Dengan besarnya pengaruh kualitas produk, penetapan harga



dan pelayanan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 87,7%. Artinya apabila kualitas produk, penetapan harga dan pelayanan dari PT. Pancamitra Packindo tinggi, maka keputusan pembelian juga tinggi, dan sebaliknya jika kualitas produk, penetapan harga dan pelayanan PT. Pancamitra Packindo rendah maka keputusan pembelian juga rendah.

### A. Implikasi

Dalam penelitian ini, terdapat tiga macam implikasi yang terdiri dari implikasi teoritis, implikasi manajerial dan implikasi metodologi mengenai pengaruh kualitas produk, penetapan harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Pancamitra Packindo. Berikut uraian mengenai implikasi-implikasi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Implikasi Teoritis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas produk, penetapan harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Pancamitra Packindo. Namun secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan nilai  $t^{(hitung)}$  sebesar 4.532 lebih besar dari pada  $t^{(tabel)}$  sebesar 1.659, penetapan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan nilai  $t^{(hitung)}$  sebesar 2.455 lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  sebesar 1.659 dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan nilai  $t^{(hitung)}$  sebesar 14.377 lebih besar dari pada  $t^{(tabel)}$  sebesar 1.659. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen PT. Pancamitra Packindo

menomorsatukan pelayanan PT. Pancamitra Packindo. Beberapa faktor memungkinkan hal tersebut terjadi, salah satu diantaranya adalah konsumen sudah mengenal dan tahu pelayanan PT. Pancamitra Packindo itu sendiri. Kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau mampu menjadi pengaruh positif yang membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk PT. Pancamitra Packindo.

## 2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) kualitas produk, penetapan harga dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Pancamitra Packindo. Namun, dengan yang menunjukkan nilai positif kualitas produk, penetapan harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian setelah dilakukan uji t, maka hal ini akan berdampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari hal ini dapat menunjukkan, apabila PT. Pancamitra Packindo ingin meningkatkan keputusan pembelian harus dilakukan lebih baik lagi.

## 3. Implikasi Metodologi

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kuantitatif serta teknik pengumpulan datanya adalah dengan sampling *accidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai

sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber



data. Oleh karena itu, penulis menyebar kuesioner kepada 110 responden yang merupakan konsumen yang membeli produk PT. Pancamitra Packindo. Kuisisioner terdiri dari 40 pernyataan untuk variabel independen dan dependen yaitu, 10 pernyataan untuk variabel kualitas produk (X1), 10 pernyataan untuk variabel penetapan harga (X2), 10 pernyataan untuk variabel pelayanan (X3) dan 10 pernyataan untuk variabel keputusan pembelian (Y).

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka adapun saran-saran yang akan penulis kemukakan mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada PT. Pancamitra Packindo, yaitu:

1. PT. Pancamitra Packindo hendaknya dapat memberikan perhatian lebih dan dapat meningkatkan pelayanan walaupun sudah baik. Dengan tujuan agar konsumen menjadi lebih sadar dan mengetahui bahwa PT. Pancamitra Packindo benar-benar memiliki pelayanan yang sangat baik dimata konsumen serta selalu mempertahankan pelayanan yang sudah dimilikinya. Kualitas produk yang baik juga menjadi pusat perhatian bagi konsumen. Oleh karena itu, kualitas produk yang sudah dimiliki harus ditingkatkan untuk mendapatkan dampak yang positif konsumen bagi PT. Pancamitra Packindo. Serta Penetapan harga yang diberikan oleh PT. Pancamitra Packindo untuk produknya juga harus

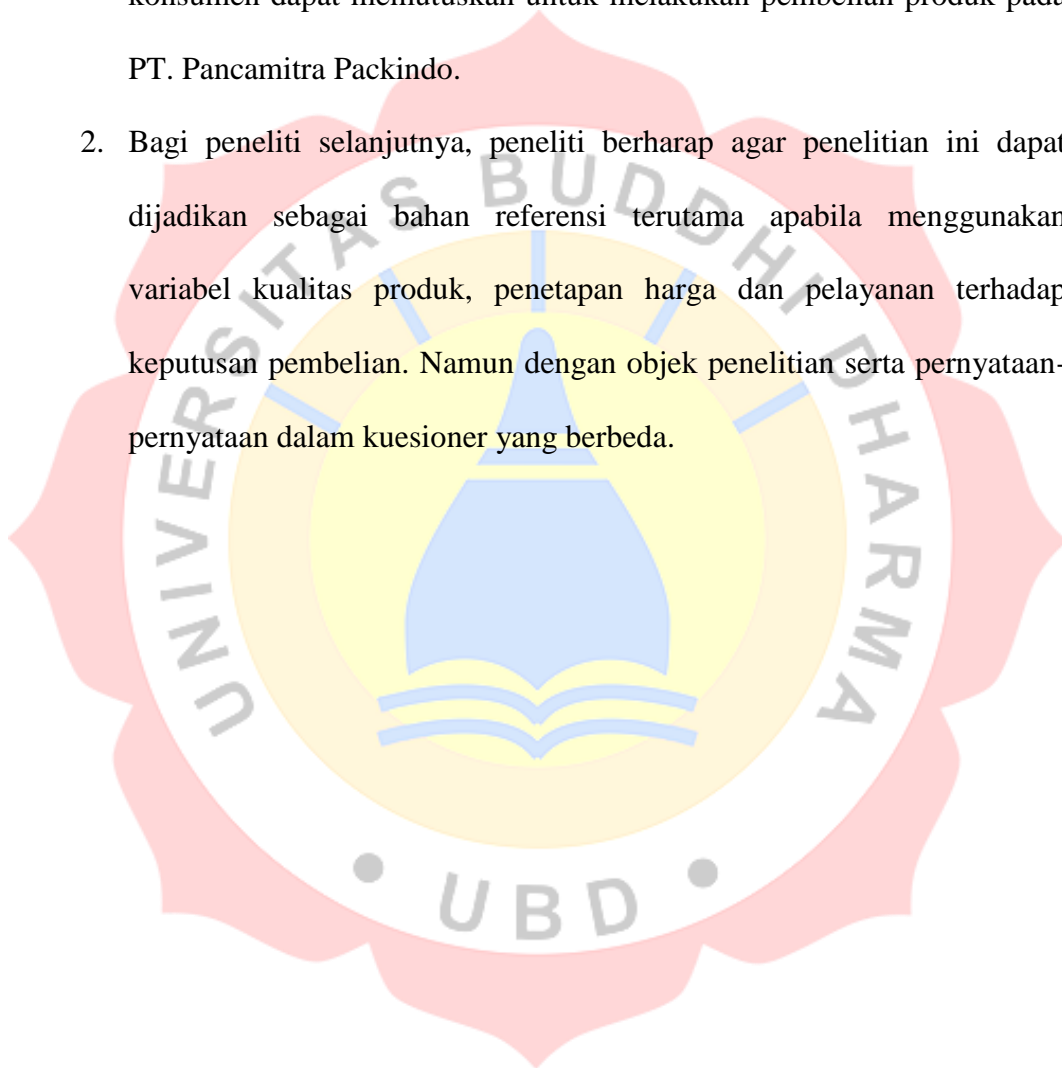
dipertahankan dengan kisaran yang terjangkau karena dapat memberikan dampak yang positif





juga terhadap konsumen sebelum memutuskan untuk membeli produk PT. Pancamitra Packindo. Sama halnya dengan kualitas produk, penetapan harga dan pelayanan yang dilakukan PT. Pancamitra Packindo juga terbukti sudah baik dan ada baiknya untuk terus dipertahankan agar konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian produk pada PT. Pancamitra Packindo.

2. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi terutama apabila menggunakan variabel kualitas produk, penetapan harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian. Namun dengan objek penelitian serta pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang berbeda.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, R. d. (2016). *Pengantar Manajemen*. Malang: Penerbit Empat Dua.
- Chandra, F. T. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Chandra, F. T. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Daryanto. ( 2015). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Fandy Tjiptono, P. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handyanto Widjojo, W. (2017). *Sari – Sari pemasaran dan aplikasinya di dunia bisnis*. Prasetya Mulya Publishing.
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan. (Edisi 10)*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kotler, a. K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, P. A. (2016). *Principles of Marketing 16th Edition*. England: Pearson.

- Kotler, P. K. (2016). *Marketing Management 15th Edition/Global Edition*. England: Pearson.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). *Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang*. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: Khalifah Mediatama.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Nandan, L. a. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra.
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Komunikasi Pemasaran Terpadu: CV Pustaka Setia.
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rosad, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: IN MEDIA.
- Sari, C. A. (2017). *Teknik Mengelola Produk Dan Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sedarmayati. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju.
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behaviour: Buying, Having and Being*. Pearson Education, Inc.

- Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deeplubish.
- Sudaryono. (2015). *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Prespektif Perilaku Konsumen, dan Marketing Plan*. Jakarta: PT.Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran Cetakan pertama*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Wibowo, A. L. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD dan Kano Edisi 2*. Jakarta: Indeks Jakarta.
- Yana, D. (2018). *Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian*. *Primanomics* Vol 16 No 2.

Yamit, Z. (2017). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

Yuniarti, V. S. (2015). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Bandung: Pustaka Setia.





# PT. PANCAMITRA PACKINDO

Corrugated Carton Box Manufacturer

## SURAT KETERANGAN

No. : 18/PP-HRDGA-12-00/1-2021/Extern

Kami yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA	:	Purwanto Wijicaksono
N I K	:	00246
JABATAN	:	Kepala Personalia PT. PANCAMITRA PACKINDO

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa/I Universitas Buddhi Dharma (UBD).

NAMA	:	<b>Anastasya Paulina</b>
N I M	:	<b>20170500071</b>
Program Studi	:	<b>Manajemen</b>

Mahasiswa tersebut benar telah melakukan Riset dan Penelitian pada Perusahaan kami PT PANCAMITRA PACKINDO guna penyusunan SKRIPSI.

Adapun Penelitian dimulai tanggal 8 Oktober 2020 sampai dengan 7 Januari 2021.

Demikian surat ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 8 Januari 2021

Purwanto Wijicaksono  
Ka. Personalia

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Pribadi

Nama : Anastasya Paulina  
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 20 November 1999  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Kristen (Protestan)  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Perumahan Grand Duta Tangerang, Cluster Garnet  
G2 No. 96 – Tangerang  
Nomor Telepon : 0895 – 2346 -2218  
Email : anastasyapaulina08@gmail.com  
IPK Terakhir : 3.58



### Riwayat Pendidikan

SD : SDS Tunas Bangsa  
SMP : SMPN 08 Tangerang  
SMK : SMK Bhakti Anindya  
Perguruan Tinggi : Universitas Buddhi Dharma

### Riwayat Pekerjaan

01 Agustus 2018 – Sekarang : PT. Pancamitra Packindo

Tangerang, 16 Januari 2021

Anastasya Paulina

Responden yang terhormat,

Dalam rangka menyelesaikan skripsi di Universitas Buddhi Dharma Tangerang yang berjudul **“Pengaruh kualitas produk, penetapan harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di PT. Pancamitra Packindo”**, maka dengan hormat, saya :

Nama : Anastasya Paulina

NIM : 20170500071

PTS : Universitas Buddhi Dharma

Saya mengharapkan kesediaan dari Bapak/Ibu dan saudara/i untuk mengisi kuisioner di bawah ini. Setiap jawaban yang Bapak/Ibu dan saudara/i berikan sangat bermanfaat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih atas kesediaan dari Bapak/Ibu dan saudara/i dalam mengisi kuisioner ini.

#### **A. Petunjuk Pengisian**

1. Berikan tanda check list (√) pada jawaban sesuai dengan pilihan anda.
2. Dalam menjawab pertanyaan kuisioner ini, diharapkan anda memberikan jawaban sejujur-jujurnya.
3. Ada lima alternatif jawaban, yaitu:
  - a. Jawaban Sangat Setuju (SS) = Nilai 5
  - b. Jawaban Setuju (S) = Nilai 4
  - c. Jawaban Kurang Setuju (KS) = Nilai 3
  - d. Jawaban Tidak Setuju (TS) = Nilai 2
  - e. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) = Nilai 1



## Data Responden

1. Jenis kelamin Responden

(      ) Laki – laki

(      ) Perempuan

2. Usia

(      ) 17 tahun – 21 tahun

(      )  $\geq$  31 tahun

(      ) 22 tahun – 30 tahun

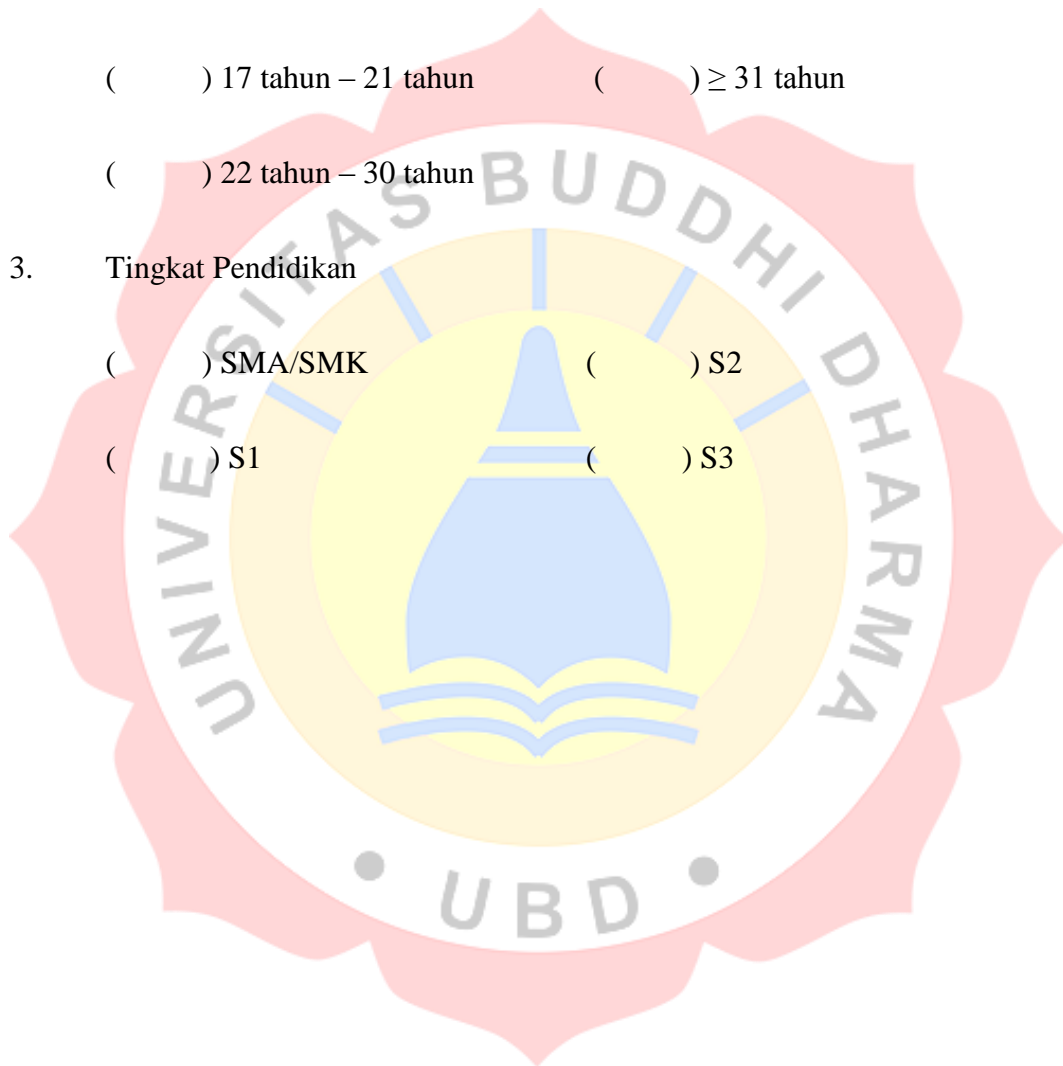
3. Tingkat Pendidikan

(      ) SMA/SMK

(      ) S2

(      ) S1

(      ) S3



**1. Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)**

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	PT. Pancamitra Packindo menghasilkan produk sesuai dengan fungsi yang diinginkan konsumen.					
2.	PT. Pancamitra Packindo memiliki karakteristik produk dengan bahan dasar yang berkualitas.					
3.	PT. Pancamitra Packindo memberikan sampel produk sesuai dengan permintaan konsumen.					
4.	PT. Pancamitra Packindo memiliki keunggulan produk dibanding kompetitor lain.					
5.	PT. Pancamitra Packindo memproduksi produk sesuai dengan permintaan konsumen.					
6.	PT. Pancamitra Packindo memproduksi dengan kualitas produk berdasarkan keinginan konsumen.					

7.	PT. Pancamitra Packindo memberikan ukuran produk yang sesuai dengan permintaan konsumen.					
8.	PT. Pancamitra Packindo menawarkan jenis kualitas produk yang sesuai dengan permintaan konsumen.					
9.	PT. Pancamitra Packindo memiliki daya tahan produk yang diharapkan konsumen.					
10.	PT. Pancamitra Packindo selalu memberikan jaminan produk kepada konsumen.					

## 2. Penetapan Harga (X<sub>2</sub>)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	PT. Pancamitra Packindo selalu menginformasikan daftar harga yang jelas kepada konsumen.					
2.	PT. Pancamitra Packindo selalu memberikan harga produk yang terjangkau sesuai dengan permintaan konsumen.					
3.	PT. Pancamitra Packindo menawarkan harga produk yang dapat bersaing.					
4.	PT. Pancamitra Packindo memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk					
5.	PT. Pancamitra Packindo memberikan harga yang sesuai dengan harapan konsumen.					
6.	PT. Pancamitra Packindo selalu memberikan informasi perubahan harga.					
7.	PT. Pancamitra Packindo memberikan potongan harga untuk produk-produknya.					

8.	PT. Pancamitra Packindo memberikan kesempatan konsumen untuk melakukan negosiasi harga.					
9.	PT. Pancamitra Packindo memberikan jangka waktu pembayaran kepada konsumen.					
10.	PT. Pancamitra Packindo memberikan kemudahan dalam pembayaran kepada konsumen.					



### 3. Pelayanan (X<sub>3</sub>)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Ketersediaan teknologi yang digunakan PT. Pancamitra Packindo dapat menyelesaikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.					
2.	PT. Pancamitra Packindo selalu sabar dalam menyelesaikan setiap permintaan konsumen					
3.	PT. Pancamitra Packindo memberikan pelayanan yang cepat tanggap dalam menghadapi permintaan konsumen.					
4.	PT. Pancamitra Packindo dapat menyelesaikan permintaan konsumen tepat waktu.					
5.	PT. Pancamitra Packindo dapat menjaga persepsi pelayanan yang baik terhadap konsumen sampai saat ini.					

6.	PT. Pancamitra Packindo memberikan respon yang positif dalam menangani permintaan konsumen.					
7.	Pegawai PT. Pancamitra Packindo memberikan pelayanan yang ramah dalam menangani permintaan konsumen.					
8.	PT. Pancamitra Packindo mampu menangani dengan cepat setiap keluhan konsumen.					
9.	PT. Pancamitra Packindo menganggap keluhan konsumen bukanlah sebuah masalah melainkan sebagai peluang agar keluhan yang serupa tidak terjadi lagi.					
10.	PT. Pancamitra Packindo meminimalisir keluhan konsumen dengan melakukan perbaikan secara terus menerus.					

#### 4. Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	PT. Pancamitra Packindo selalu menyediakan produk sesuai dengan kebutuhan dan kegunaan konsumen.					
2.	PT. Pancamitra Packindo selalu menyediakan produk sesuai dengan keinginan konsumen.					
3.	PT. Pancamitra Packindo memberikan informasi produk dengan baik kepada konsumen.					
4.	PT. Pancamitra Packindo mampu memahami keinginan pelanggan sehingga adanya keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.					
5.	PT. Pancamitra Packindo memberikan pengalaman yang baik dalam setiap pembelian produk.					
6.	PT. Pancamitra Packindo selalu memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen.					



7.	PT. Pancamitra Packindo memiliki lokasi yang strategis sehingga memudahkan konsumen untuk membeli suatu produk.					
8.	PT. Pancamitra Packindo selalu ada di waktu yang tepat untuk memenuhi kebutuhan konsumen.					
9.	PT. Pancamitra Packindo selalu menyediakan produk sesuai dengan permintaan konsumen.					
10.	PT. Pancamitra Packindo selalu mengutamakan kepuasan konsumen dalam setiap pembelian produk.					

No.	KUALITAS PRODUK										
	(X1)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	4	5	4	4	5	4	5	3	5	3	42
2	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	35
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	47
8	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	46
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	4	3	3	4	3	2	3	2	3	3	30
11	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	45
12	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
13	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31
14	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	47
15	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
16	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
17	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	46
18	5	5	4	5	5	4	4	4	2	3	41
19	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	39
20	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	48
21	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
22	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
23	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	47
24	3	3	2	2	3	2	3	3	4	5	30
25	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	37
26	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	44
27	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
28	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	36
29	4	3	2	4	3	4	4	3	2	3	32
30	4	5	4	4	3	2	4	2	5	4	37
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	3	4	2	3	4	4	2	4	3	4	33
34	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	47
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
36	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	35

39	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	<b>44</b>
40	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	<b>45</b>
41	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>47</b>
42	4	4	5	4	3	3	4	3	4	3	<b>37</b>
43	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	<b>47</b>
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
45	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	<b>43</b>
46	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	<b>38</b>
47	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	<b>46</b>
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>
49	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	<b>47</b>
50	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	<b>46</b>
51	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	<b>46</b>
52	3	4	5	4	5	5	5	4	4	5	<b>44</b>
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
54	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>49</b>
55	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	<b>44</b>
56	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	<b>45</b>
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
60	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	<b>42</b>
61	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	<b>45</b>
62	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	<b>34</b>
63	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>48</b>
64	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	<b>46</b>
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>30</b>
66	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	<b>49</b>
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
68	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
69	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	<b>46</b>
70	3	3	2	3	3	4	4	3	4	4	<b>33</b>
71	5	4	3	4	4	2	4	5	4	5	<b>40</b>
72	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>31</b>
73	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	<b>32</b>
74	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	<b>45</b>
75	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
76	3	3	5	5	3	3	4	4	4	5	<b>39</b>
77	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	<b>43</b>
78	5	5	5	5	3	3	3	2	3	3	<b>37</b>
79	4	4	4	3	5	3	2	3	3	5	<b>36</b>

80	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	<b>49</b>
81	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	<b>47</b>
82	3	5	3	3	3	3	3	4	3	3	<b>33</b>
83	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	<b>42</b>
84	5	5	3	3	3	3	2	3	4	4	<b>35</b>
85	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	<b>42</b>
86	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>46</b>
87	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	<b>43</b>
88	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
89	4	4	3	3	3	3	2	3	4	5	<b>34</b>
90	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	<b>43</b>
91	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	<b>42</b>
92	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	<b>41</b>
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	<b>31</b>
94	5	4	4	4	3	2	3	3	3	3	<b>34</b>
95	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>48</b>
96	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
97	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>47</b>
98	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	<b>39</b>
99	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	<b>32</b>
100	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>49</b>
101	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	<b>45</b>
102	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
103	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>48</b>
104	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>49</b>
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
106	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
107	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	<b>48</b>
108	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>49</b>
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>

No.	PENETAPAN HARGA										
	(X2)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	46
2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	36
3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	3	4	3	2	3	4	3	4	2	32
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	46
8	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	36
11	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
12	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
13	4	2	4	2	3	2	3	3	3	4	30
14	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
15	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
16	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	37
17	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	46
18	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	38
19	4	4	2	3	3	2	2	4	2	4	30
20	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
21	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	47
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	40
24	3	3	3	3	2	2	3	2	4	4	29
25	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	37
26	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	46
27	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
28	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	38
29	3	2	4	3	3	5	3	3	4	5	35
30	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	45
31	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	44
32	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	41
33	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	39
34	5	3	2	2	3	4	5	4	5	5	38
35	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
36	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45
37	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
38	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	42

39	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	<b>35</b>
40	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>40</b>
41	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	<b>30</b>
42	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	<b>41</b>
43	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	<b>41</b>
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
45	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	<b>39</b>
46	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	<b>39</b>
47	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>44</b>
48	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	<b>41</b>
49	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	<b>42</b>
50	4	5	5	5	5	5	3	3	4	4	<b>43</b>
51	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	<b>46</b>
52	4	5	5	5	5	3	5	5	4	5	<b>46</b>
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>30</b>
54	5	2	3	4	5	5	4	4	4	3	<b>39</b>
55	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>41</b>
56	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	<b>35</b>
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
60	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	<b>47</b>
61	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	<b>45</b>
62	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	<b>35</b>
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
64	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	<b>46</b>
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
66	3	2	3	4	3	4	5	5	3	4	<b>36</b>
67	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>42</b>
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
69	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	<b>47</b>
70	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	<b>36</b>
71	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>42</b>
72	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>43</b>
73	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	<b>45</b>
74	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	<b>37</b>
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	<b>49</b>
76	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	<b>34</b>
77	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>42</b>
78	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	<b>34</b>
79	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	<b>35</b>

80	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	<b>47</b>
81	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>42</b>
82	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	<b>32</b>
83	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	<b>44</b>
84	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	<b>33</b>
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>
86	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	<b>35</b>
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
88	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	<b>43</b>
89	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	<b>34</b>
90	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	<b>44</b>
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
92	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	<b>46</b>
93	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>31</b>
94	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	<b>33</b>
95	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	<b>43</b>
96	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	<b>45</b>
97	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	<b>44</b>
98	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>43</b>
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	<b>31</b>
100	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	<b>46</b>
101	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
102	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>47</b>
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
104	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>42</b>
105	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
106	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	<b>44</b>
107	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	<b>48</b>
108	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	<b>47</b>
109	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	<b>44</b>
110	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>49</b>

No.	PELAYANAN										
	(X3)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
2	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	43
3	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	30
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	46
8	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	45
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	34
11	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	46
12	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
13	3	2	3	2	3	3	3	4	4	3	30
14	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
15	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	47
16	5	3	4	3	4	4	3	4	4	3	37
17	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	45
18	5	5	4	4	5	3	5	4	4	3	42
19	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	36
24	3	3	2	3	2	3	3	3	4	4	30
25	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
26	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	46
27	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
28	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	37
29	3	3	4	3	4	4	4	2	3	4	34
30	5	2	4	4	5	5	4	2	4	5	40
31	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	40
32	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	42
33	4	5	5	4	3	4	4	4	3	3	39
34	4	5	5	4	3	3	4	4	5	4	41
35	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
36	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37
37	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	30
38	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	30



39	3	2	3	2	3	3	4	3	3	4	<b>30</b>
40	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	<b>45</b>
41	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	<b>30</b>
42	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	<b>37</b>
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
45	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	<b>38</b>
46	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	<b>35</b>
47	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	<b>46</b>
48	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	<b>38</b>
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
50	4	3	4	5	5	5	4	5	4	5	<b>44</b>
51	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	<b>37</b>
52	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	<b>44</b>
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>30</b>
54	4	5	4	5	4	5	3	4	5	5	<b>44</b>
55	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	<b>41</b>
56	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	<b>34</b>
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
61	4	4	5	3	4	4	5	5	3	4	<b>41</b>
62	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	<b>35</b>
63	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	<b>43</b>
64	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	<b>46</b>
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>30</b>
66	5	4	3	4	5	4	4	5	3	5	<b>42</b>
67	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>45</b>
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
69	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	<b>45</b>
70	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	<b>36</b>
71	5	4	4	4	5	5	5	4	2	5	<b>43</b>
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>30</b>
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>30</b>
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
75	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	<b>46</b>
76	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>42</b>
77	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	<b>44</b>
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	<b>31</b>
79	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>42</b>

80	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>38</b>
81	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
82	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>32</b>
83	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	<b>46</b>
84	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	<b>33</b>
85	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
86	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	<b>46</b>
87	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	<b>46</b>
88	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	<b>43</b>
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
90	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	<b>45</b>
91	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>47</b>
92	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>48</b>
93	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	<b>32</b>
94	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	<b>37</b>
95	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	<b>44</b>
96	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	<b>46</b>
97	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>48</b>
98	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	<b>47</b>
99	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	<b>43</b>
100	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	<b>47</b>
101	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>49</b>
102	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	<b>43</b>
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	<b>49</b>
104	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>47</b>
105	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	<b>45</b>
106	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	<b>47</b>
107	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	<b>48</b>
108	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	<b>47</b>
109	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	<b>45</b>
110	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	<b>47</b>

No.	KEPUTUSAN PEMBELIAN										
	(Y)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	41
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	35
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	46
8	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	42
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	35
11	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	44
12	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
13	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	32
14	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	47
15	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48
16	4	4	5	3	5	4	5	5	4	4	43
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
19	3	4	4	5	3	4	5	4	5	5	42
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	47
22	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
23	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
24	2	3	3	3	3	4	4	4	4	2	32
25	3	4	3	4	3	4	4	4	5	5	39
26	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	45
27	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
28	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	39
29	5	5	3	3	4	2	4	3	3	3	35
30	5	4	4	2	4	5	5	2	2	5	38
31	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
32	4	4	3	5	4	5	5	4	4	5	43
33	4	3	3	4	3	4	3	5	4	4	37
34	3	4	5	5	5	5	3	3	4	3	40
35	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
36	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	39
37	5	3	3	2	2	4	4	4	4	4	35
38	3	4	3	2	4	3	2	3	5	5	34

39	4	3	3	3	3	4	4	2	4	5	<b>35</b>
40	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	<b>42</b>
41	3	3	3	3	3	3	5	5	4	3	<b>35</b>
42	3	3	4	3	4	4	5	4	3	5	<b>38</b>
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
45	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	<b>39</b>
46	3	3	3	3	4	4	4	3	5	5	<b>37</b>
47	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	<b>43</b>
48	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	<b>39</b>
49	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	<b>46</b>
50	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	<b>46</b>
51	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	<b>43</b>
52	5	5	3	4	5	3	4	4	5	5	<b>43</b>
53	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	<b>33</b>
54	5	4	4	4	5	5	5	3	4	5	<b>44</b>
55	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	<b>41</b>
56	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	<b>37</b>
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
60	5	5	5	4	3	5	5	3	5	5	<b>45</b>
61	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	<b>44</b>
62	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	<b>35</b>
63	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	<b>45</b>
64	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	<b>47</b>
65	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	<b>33</b>
66	5	3	4	4	4	5	5	3	4	5	<b>42</b>
67	5	5	4	4	5	3	3	3	5	5	<b>42</b>
68	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	<b>46</b>
69	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	<b>45</b>
70	4	4	4	5	3	5	3	4	4	4	<b>40</b>
71	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	<b>40</b>
72	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	<b>33</b>
73	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	<b>33</b>
74	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	<b>42</b>
75	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>48</b>
76	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	<b>44</b>
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>
78	4	3	3	3	3	3	3	5	5	3	<b>35</b>
79	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	<b>42</b>

80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
81	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	<b>46</b>
82	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	<b>33</b>
83	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	<b>42</b>
84	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	<b>34</b>
85	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	<b>45</b>
86	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	<b>42</b>
87	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	<b>45</b>
88	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	<b>44</b>
89	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	<b>44</b>
90	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>42</b>
91	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	<b>43</b>
92	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	<b>43</b>
93	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	<b>37</b>
94	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	<b>38</b>
95	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>46</b>
96	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
97	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	<b>44</b>
98	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	<b>47</b>
99	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	<b>42</b>
100	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	<b>48</b>
101	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	<b>46</b>
102	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>47</b>
103	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>48</b>
104	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
105	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>43</b>
106	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	<b>43</b>
107	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>46</b>
108	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	<b>47</b>
109	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	<b>46</b>
110	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>49</b>

**Tabel Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X1)**

**Sesuai Fungsi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	16	14.5	14.5	14.5
	4.00	45	40.9	40.9	55.5
	5.00	49	44.5	44.5	100.0
Total		110	100.0	100.0	

**Karakteristik Produk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	15	13.6	13.6	13.6
	4.00	36	32.7	32.7	46.4
	5.00	59	53.6	53.6	100.0
Total		110	100.0	100.0	

**Sampel Produk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.6	3.6	3.6
	3.00	17	15.5	15.5	19.1
	4.00	35	31.8	31.8	50.9
	5.00	54	49.1	49.1	100.0
Total		110	100.0	100.0	

**Keunggulan Produk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	16	14.5	14.5	15.5
	4.00	33	30.0	30.0	45.5
	5.00	60	54.5	54.5	100.0
Total		110	100.0	100.0	

### Sesuai permintaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	24	21.8	21.8	21.8
	4.00	32	29.1	29.1	50.9
	5.00	54	49.1	49.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### Sesuai keinginan konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	5.5	5.5	5.5
	3.00	19	17.3	17.3	22.7
	4.00	24	21.8	21.8	44.5
	5.00	61	55.5	55.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### Ukuran Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.6	3.6	3.6
	3.00	15	13.6	13.6	17.3
	4.00	34	30.9	30.9	48.2
	5.00	57	51.8	51.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### Jenis kualitas Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.7	2.7	2.7
	3.00	22	20.0	20.0	22.7
	4.00	34	30.9	30.9	53.6
	5.00	51	46.4	46.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### Daya tahan produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.8	1.8	1.8
	3.00	17	15.5	15.5	17.3
	4.00	38	34.5	34.5	51.8
	5.00	53	48.2	48.2	100.0
Total		110	100.0	100.0	

### Jaminan produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	16	14.5	14.5	14.5
	4.00	37	33.6	33.6	48.2
	5.00	57	51.8	51.8	100.0
Total		110	100.0	100.0	

### Tabel Frekuensi Variabel Penetapan Harga (X2)

#### Informasi harga jelas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	17	15.5	15.5	15.5
	4.00	49	44.5	44.5	60.0
	5.00	44	40.0	40.0	100.0
Total		110	100.0	100.0	

#### Harga terjangkau

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.6	3.6	3.6
	3.00	18	16.4	16.4	20.0
	4.00	53	48.2	48.2	68.2
	5.00	35	31.8	31.8	100.0
Total		110	100.0	100.0	

#### Harga bersaing

---



		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.8	1.8	1.8
	3.00	26	23.6	23.6	25.5
	4.00	52	47.3	47.3	72.7
	5.00	30	27.3	27.3	100.0
Total		110	100.0	100.0	

### Harga sesuai kualitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.7	2.7	2.7
	3.00	22	20.0	20.0	22.7
	4.00	50	45.5	45.5	68.2
	5.00	35	31.8	31.8	100.0
Total		110	100.0	100.0	

### Harga sesuai harapan konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.7	2.7	2.7
	3.00	22	20.0	20.0	22.7
	4.00	50	45.5	45.5	68.2
	5.00	35	31.8	31.8	100.0
Total		110	100.0	100.0	

### Perubahan informasi harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.7	2.7	2.7
	3.00	21	19.1	19.1	21.8
	4.00	48	43.6	43.6	65.5
	5.00	38	34.5	34.5	100.0
Total		110	100.0	100.0	

### Potongan harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	21	19.1	19.1	20.0
	4.00	49	44.5	44.5	64.5
	5.00	39	35.5	35.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### Negosiasi harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	16	14.5	14.5	15.5
	4.00	47	42.7	42.7	58.2
	5.00	46	41.8	41.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### Jangka waktu pembayaran

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	12	10.9	10.9	11.8
	4.00	34	30.9	30.9	42.7
	5.00	63	57.3	57.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### Kemudahan pembayaran

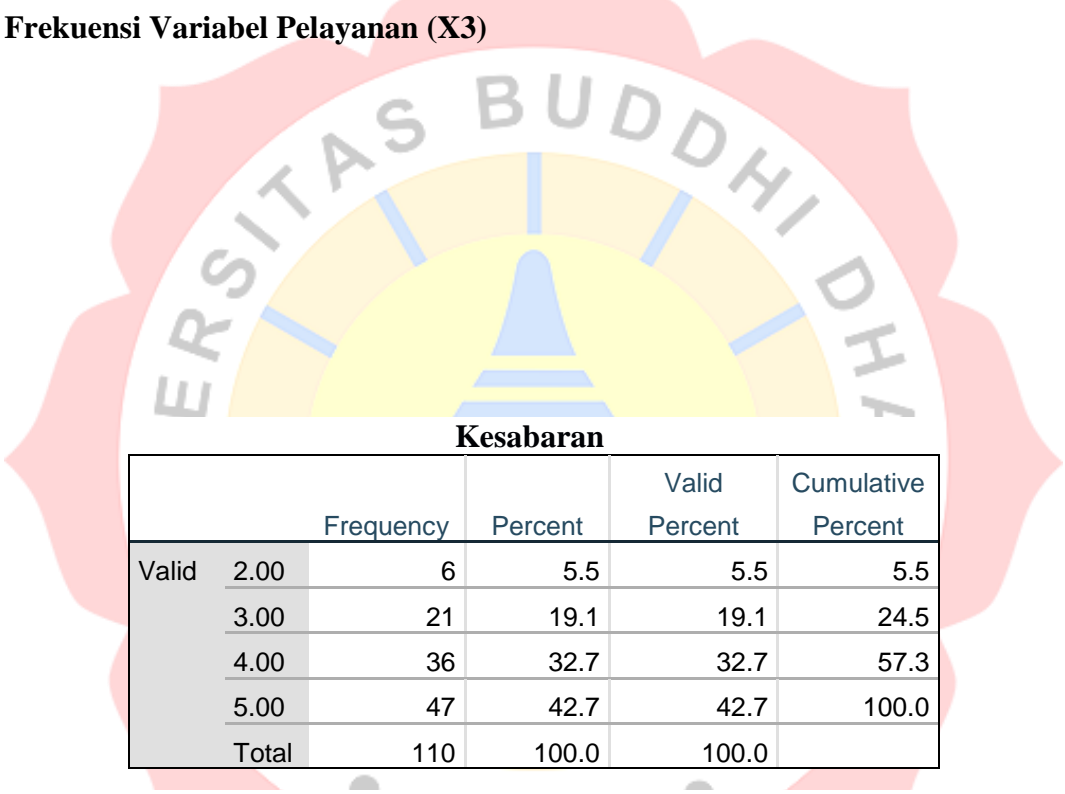
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	7	6.4	6.4	7.3
	4.00	34	30.9	30.9	38.2
	5.00	68	61.8	61.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**Tabel**

**Ketersediaan teknologi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	21	19.1	19.1	19.1
	4.00	41	37.3	37.3	56.4
	5.00	48	43.6	43.6	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**Frekuensi Variabel Pelayanan (X3)**



**Kesabaran**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	5.5	5.5	5.5
	3.00	21	19.1	19.1	24.5
	4.00	36	32.7	32.7	57.3
	5.00	47	42.7	42.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**Pelayanan yang cepat tanggap**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	14	12.7	12.7	13.6
	4.00	49	44.5	44.5	58.2
	5.00	46	41.8	41.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**ketepatan**

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

Valid	2.00	4	3.6	3.6	3.6
	3.00	18	16.4	16.4	20.0
	4.00	37	33.6	33.6	53.6
	5.00	51	46.4	46.4	100.0
Total		110	100.0	100.0	



### Persepsi yang baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.8	1.8	1.8
	3.00	21	19.1	19.1	20.9
	4.00	37	33.6	33.6	54.5
	5.00	50	45.5	45.5	100.0
Total		110	100.0	100.0	

### Respons yang positif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	21	19.1	19.1	19.1
	4.00	37	33.6	33.6	52.7
	5.00	52	47.3	47.3	100.0
Total		110	100.0	100.0	

### keramahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	22	20.0	20.0	20.0
	4.00	39	35.5	35.5	55.5
	5.00	49	44.5	44.5	100.0
Total		110	100.0	100.0	

### Mampu menangani keluhan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.6	3.6	3.6
	3.00	18	16.4	16.4	20.0
	4.00	47	42.7	42.7	62.7
	5.00	41	37.3	37.3	100.0
Total		110	100.0	100.0	

**Menangkap keluhan merupakan peluang bukan masalah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.8	1.8	1.8
	3.00	18	16.4	16.4	18.2
	4.00	54	49.1	49.1	67.3
	5.00	36	32.7	32.7	100.0
Total		110	100.0	100.0	

**Perbaiki secara terus menerus**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	19	17.3	17.3	17.3
	4.00	50	45.5	45.5	62.7
	5.00	41	37.3	37.3	100.0
Total		110	100.0	100.0	

**Tabel Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

**Kebutuhan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	21	19.1	19.1	20.0
	4.00	43	39.1	39.1	59.1
	5.00	45	40.9	40.9	100.0
Total		110	100.0	100.0	

**Keinginan suatu produk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	21	19.1	19.1	19.1
	4.00	44	40.0	40.0	59.1
	5.00	45	40.9	40.9	100.0
Total		110	100.0	100.0	

### Informasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	26	23.6	23.6	23.6
	4.00	40	36.4	36.4	60.0
	5.00	44	40.0	40.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### Memahami pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.7	2.7	2.7
	3.00	22	20.0	20.0	22.7
	4.00	44	40.0	40.0	62.7
	5.00	41	37.3	37.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### Pengalaman Sendiri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	20	18.2	18.2	19.1
	4.00	36	32.7	32.7	51.8
	5.00	53	48.2	48.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### Pelayanan yang baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	15	13.6	13.6	14.5
	4.00	44	40.0	40.0	54.5
	5.00	50	45.5	45.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### Lokasi strategis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	14	12.7	12.7	13.6
	4.00	45	40.9	40.9	54.5
	5.00	50	45.5	45.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### Waktu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.8	1.8	1.8
	3.00	20	18.2	18.2	20.0
	4.00	45	40.9	40.9	60.9
	5.00	43	39.1	39.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### Ketersediaan produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	12	10.9	10.9	11.8
	4.00	47	42.7	42.7	54.5
	5.00	50	45.5	45.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### Kepuasan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	14	12.7	12.7	13.6
	4.00	44	40.0	40.0	53.6
	5.00	51	46.4	46.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	



## Uji Validitas

### Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

		Correlations										
		Sesuai fungsi	Karakteristik produk	Sampel produk	Keunggulan produk	Sesuai permintaan	Sesuai keinginan konsumen	Ukuran produk	Jenis kualitas produk	Daya tahan produk	Jaminan produk	KUALITAS PRODUK (X1)
Sesuai fungsi	Pearson Correlation	1	.660**	.504**	.546**	.403**	.385**	.318**	.257**	.153	.066	.565**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.007	.111	.496	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Karakteristik produk	Pearson Correlation	.660**	1	.634**	.603**	.574**	.503**	.384**	.399**	.373**	.203*	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.033	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Sampel produk	Pearson Correlation	.504**	.634**	1	.701**	.579**	.609**	.587**	.375**	.441**	.269**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Keunggulan produk	Pearson Correlation	.546**	.603**	.701**	1	.667**	.595**	.583**	.506**	.359**	.220*	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.021	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Sesuai permintaan	Pearson Correlation	.403**	.574**	.579**	.667**	1	.744**	.608**	.651**	.466**	.391**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Sesuai keinginan konsumen	Pearson Correlation	.385**	.503**	.609**	.595**	.744**	1	.751**	.670**	.546**	.482**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Ukuran produk	Pearson Correlation	.318**	.384**	.587**	.583**	.608**	.751**	1	.646**	.646**	.439**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Jenis kualitas produk	Pearson Correlation	.257**	.399**	.375**	.506**	.651**	.670**	.646**	1	.584**	.550**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Daya tahan produk	Pearson Correlation	.153	.373**	.441**	.359**	.466**	.546**	.646**	.584**	1	.700**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.111	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Jaminan produk	Pearson Correlation	.066	.203*	.269**	.220*	.391**	.482**	.439**	.550**	.700**	1	.583**
	Sig. (2-tailed)	.496	.033	.005	.021	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
KUALITAS PRODUK (X1)	Pearson Correlation	.565**	.709**	.771**	.778**	.825**	.860**	.816**	.769**	.714**	.583**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110

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



## Uji Validitas Penetapan Harga (X2)



		Informasi harga jelas	Harga terjangkau	Harga bersaing	Harga sesuai kualitas	Harga sesuai harapan konsumen	Perubahan informasi harga	Potongan harga	Negosiasi harga	Jangka waktu pembayaran	Kemudahan pembayaran	PENETAPAN HARGA (X2)
Informasi harga jelas	Pearson Correlation	1	.505**	.509**	.545**	.562**	.556**	.588**	.497**	.412**	.266**	.706**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Harga terjangkau	Pearson Correlation	.505**	1	.635**	.723**	.635**	.494**	.458**	.484**	.368**	.320**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Harga bersaing	Pearson Correlation	.509**	.635**	1	.740**	.694**	.673**	.541**	.554**	.529**	.436**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Harga sesuai kualitas	Pearson Correlation	.545**	.723**	.740**	1	.781**	.712**	.600**	.633**	.445**	.426**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Harga sesuai harapan konsumen	Pearson Correlation	.562**	.635**	.694**	.781**	1	.669**	.584**	.617**	.461**	.408**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Perubahan informasi harga	Pearson Correlation	.556**	.494**	.673**	.712**	.669**	1	.631**	.627**	.476**	.436**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Potongan harga	Pearson Correlation	.588**	.458**	.541**	.600**	.584**	.631**	1	.679**	.554**	.396**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Negosiasi harga	Pearson Correlation	.497**	.484**	.554**	.633**	.617**	.627**	.679**	1	.543**	.530**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Jangka waktu pembayaran	Pearson Correlation	.412**	.368**	.529**	.445**	.461**	.476**	.554**	.543**	1	.610**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Kemudahan pembayaran	Pearson Correlation	.266**	.320**	.436**	.426**	.408**	.436**	.396**	.530**	.610**	1	.615**
	Sig. (2-tailed)	.005	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
PENETAPAN HARGA (X2)	Pearson Correlation	.706**	.738**	.825**	.865**	.839**	.820**	.783**	.799**	.694**	.615**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110

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

## Uji Validitas Pelayanan (X3)

		Correlations										
		Ketersediaan teknologi	Kesabaran	Pelayanan yang cepat tanggap	Ketepatan	Persepsi yang baik	Respons yang positif	Keramahan	Mampu menangani keluhan	Menangkap keluhan merupakan peluang bukan masalah	Perbaiki secara terus menerus	PELAYANAN (X3)
Ketersediaan teknologi	Pearson Correlation	1	.714**	.655**	.624**	.634**	.591**	.511**	.524**	.384**	.486**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Kesabaran	Pearson Correlation	.714**	1	.721**	.707**	.539**	.539**	.519**	.568**	.437**	.412**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Pelayanan yang cepat tanggap	Pearson Correlation	.655**	.721**	1	.679**	.644**	.660**	.578**	.547**	.469**	.467**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Ketepatan	Pearson Correlation	.624**	.707**	.679**	1	.699**	.728**	.586**	.626**	.562**	.557**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Persepsi yang baik	Pearson Correlation	.634**	.539**	.644**	.699**	1	.757**	.697**	.623**	.494**	.658**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Respons yang positif	Pearson Correlation	.591**	.539**	.660**	.728**	.757**	1	.690**	.625**	.564**	.699**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Keramahan	Pearson Correlation	.511**	.519**	.578**	.586**	.697**	.690**	1	.705**	.571**	.679**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Mampu menangani keluhan	Pearson Correlation	.524**	.568**	.547**	.626**	.623**	.625**	.705**	1	.650**	.628**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Menangkap keluhan merupakan peluang bukan masalah	Pearson Correlation	.384**	.437**	.469**	.562**	.494**	.564**	.571**	.650**	1	.591**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Perbaiki secara terus menerus	Pearson Correlation	.486**	.412**	.467**	.557**	.658**	.699**	.679**	.628**	.591**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
PELAYANAN (X3)	Pearson Correlation	.767**	.779**	.802**	.851**	.843**	.854**	.814**	.813**	.711**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110

## Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations										
		Pengenalan masalah	Keinginan suatu produk	Informasi	Memahami pelanggan	Pengalaman sendiri	Pelayanan yang baik	Lokasi strategis	Waktu	Ketersediaan produk	Kepuasan	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)
Kebutuhan	Pearson Correlation	1	.684**	.534**	.499**	.386**	.279**	.296**	.063	.030	.097	.581**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.003	.002	.513	.754	.311	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Keinginan suatu produk	Pearson Correlation	.684**	1	.659**	.586**	.516**	.297**	.264**	.169	.107	.074	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.002	.005	.077	.266	.445	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Informasi	Pearson Correlation	.534**	.659**	1	.682**	.605**	.581**	.442**	.325**	.168	.181	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.080	.058	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Memahami pelanggan	Pearson Correlation	.409**	.586**	.682**	1	.612**	.593**	.446**	.408**	.265**	.167	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.005	.082	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Pengalaman sendiri	Pearson Correlation	.386**	.516**	.605**	.612**	1	.531**	.486**	.377**	.211**	.257**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.027	.007	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Pelayanan yang baik	Pearson Correlation	.279**	.297**	.581**	.593**	.531**	1	.631**	.368**	.216**	.316**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.003	.002	.000	.000	.000		.000	.000	.024	.001	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Lokasi strategis	Pearson Correlation	.296**	.264**	.442**	.446**	.486**	.631**	1	.403**	.177	.315**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.002	.005	.000	.000	.000	.000		.000	.065	.001	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Waktu	Pearson Correlation	.063	.169	.325**	.408**	.377**	.368**	.403**	1	.442**	.255**	.582**
	Sig. (2-tailed)	.513	.077	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.007	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Ketersediaan produk	Pearson Correlation	.030	.107	.168	.265**	.211**	.216**	.177	.442**	1	.545**	.471**
	Sig. (2-tailed)	.754	.266	.080	.005	.027	.024	.065	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Kepuasan	Pearson Correlation	.097	.074	.181	.167	.257**	.316**	.315**	.255**	.545**	1	.477**
	Sig. (2-tailed)	.311	.445	.058	.082	.007	.001	.001	.007	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	Pearson Correlation	.581**	.671**	.796**	.796**	.765**	.733**	.677**	.582**	.471**	.477**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110

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

## Uji Reabilitas Kualitas Produk (X1)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	110	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.910	.908	10

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Sesuai fungsi	38.7727	31.352	.476	.911
Karakteristik produk	38.6727	30.075	.640	.903
Sampel produk	38.8091	28.523	.702	.899
Keunggulan produk	38.6909	29.115	.719	.898
Sesuai permintaan	38.8000	28.400	.774	.894
Sesuai keinginan konsumen	38.8000	26.895	.809	.891
Ukuran produk	38.7636	28.145	.759	.895
Jenis kualitas produk	38.8636	28.504	.699	.899
Daya tahan produk	38.7818	29.512	.638	.903
Jaminan produk	38.7000	31.111	.493	.910

Item - Total Statistics



## Uji Reabilitas Penetapan Harga (X2)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	110	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.924	.923	10

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Informasi harga jelas	37.6909	28.436	.637	.920
Harga terjangkau	37.8545	27.575	.665	.919
Harga bersaing	37.9364	26.978	.775	.913
Harga sesuai kualitas	37.8727	26.387	.824	.910
Harga sesuai harapan konsumen	37.8727	26.626	.791	.912
Perubahan informasi harga	37.8364	26.744	.766	.913
Potongan harga	37.7909	27.451	.725	.916
Negosiasi harga	37.6818	27.448	.746	.914
Jangka waktu pembayaran	37.4909	28.417	.620	.921
Kemudahan pembayaran	37.4000	29.453	.537	.925

ics

Item - Total Statistics



## Uji Reabilitas Pelayanan (X3)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	110	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.937	.937	10

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ketersediaan teknologi	37.8455	32.958	.710	.932
Kesabaran	37.9636	31.595	.711	.933
Pelayanan yang cepat tanggap	37.8182	32.976	.756	.930
Ketepatan	37.8636	31.275	.807	.927
Persepsi yang baik	37.8636	31.660	.798	.928
Respons yang positif	37.8091	32.027	.815	.927
Keramahan	37.8455	32.407	.766	.929
Mampu menangani keluhan	37.9545	31.989	.761	.930
Menangkap keluhan merupakan peluang bukan masalah	37.9636	33.595	.644	.935
Perbaikan secara terus menerus	37.8909	33.327	.711	.932



## Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	110	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.854	.852	10

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kebutuhan	38.2091	21.139	.464	.849
Keinginan suatu produk	38.1909	20.596	.575	.839
Informasi	38.2455	19.416	.726	.825
Memahami pelanggan	38.2909	19.181	.723	.825
Pengalaman sendiri	38.1273	19.617	.686	.829
Pelayanan yang baik	38.1091	20.190	.653	.832
Lokasi strategis	38.1000	20.660	.585	.838
Waktu	38.2364	21.081	.463	.849
Ketersediaan produk	38.0818	22.223	.351	.857
Kepuasan	38.0909	22.102	.353	.857

### Item-Total Statistics

## Analisis Statistik Deskriptsi

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KUALITAS PRODUK (X1)	110	20.00	30.00	50.00	43.0727	5.97043
PENETAPAN HARGA (X2)	110	21.00	29.00	50.00	41.9364	5.80774
PELAYANAN (X3)	110	20.00	30.00	50.00	42.0909	6.30064
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	110	18.00	32.00	50.00	42.4091	5.00513
Valid N (listwise)	110					

D  
e  
s  
c  
r

iptive Statistic

### Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.73131932
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.068
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.587 <sup>e</sup>
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.575
	Upper Bound	.600

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Based on 10000 sampled tables

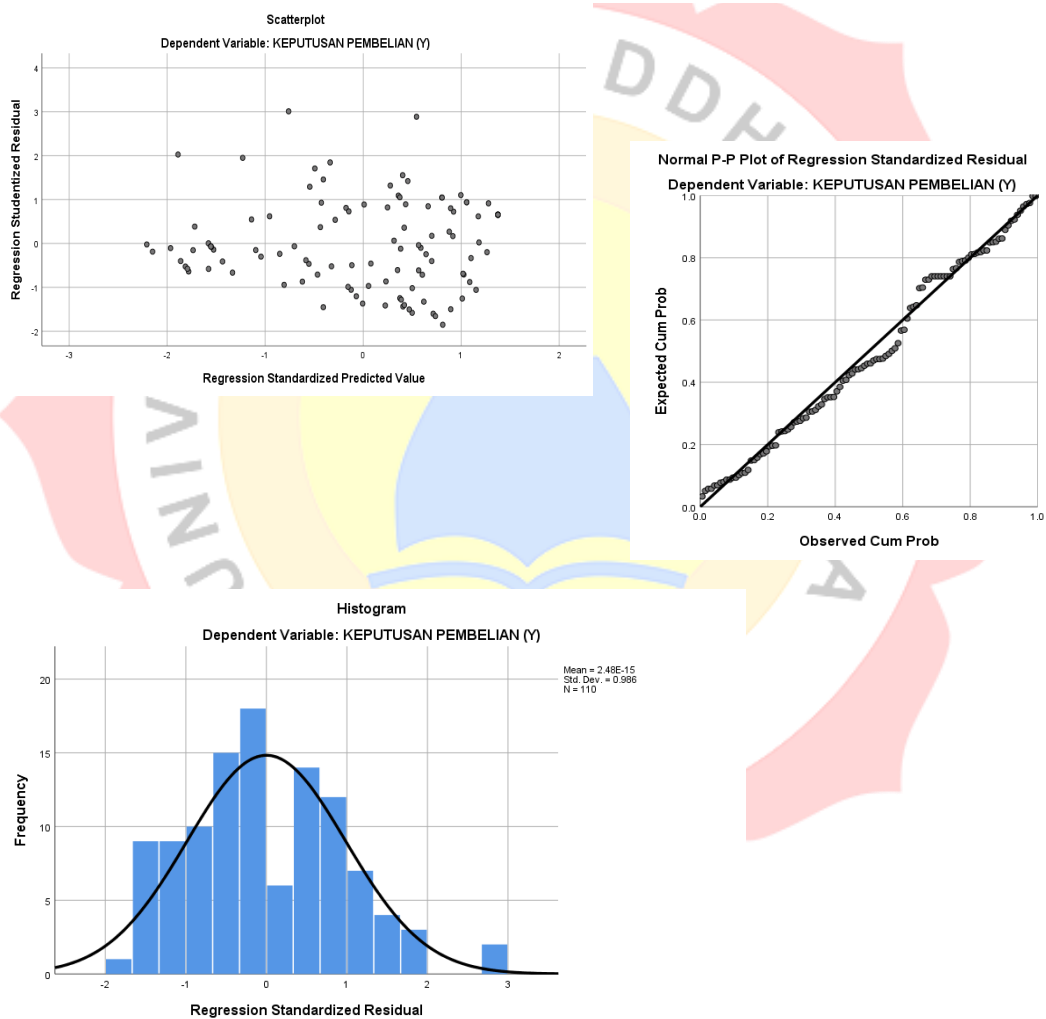


## 2. Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error				Tolerance	VIF	
1	(Constant)	7.054	1.374		5.136	.000		
	KUALITAS PRODUK (X1)	.175	.039	.208	4.532	.000	.534	1.873
	PENETAPAN HARGA (X2)	.104	.042	.120	2.455	.016	.471	2.121
	PELAYANAN (X3)	.558	.039	.702	14.377	.000	.473	2.115

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)



3. U  
ji  
Hetero  
kedast  
isitas

## Hasil Regresi Linier Berganda

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	7.054	1.374		5.136	.000
	KUALITAS PRODUK (X1)	.175	.039	.208	4.532	.000
	PENETAPAN HARGA (X2)	.104	.042	.120	2.455	.016
	PELAYANAN (X3)	.558	.039	.702	14.377	.000

### Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.938 <sup>a</sup>	.880	.877	1.75565

Model

### Summary

### Uji Hipotesis

### Uji t

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	7.054	1.374		5.136	.000
	KUALITAS PRODUK (X1)	.175	.039	.208	4.532	.000
	PENETAPAN HARGA (X2)	.104	.042	.120	2.455	.016
	PELAYANAN (X3)	.558	.039	.702	14.377	.000

### Uji F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2403.867	3	801.289	259.965	.000 <sup>b</sup>
	Residual	326.724	106	3.082		

Total	2730.591	109			
-------	----------	-----	--	--	--

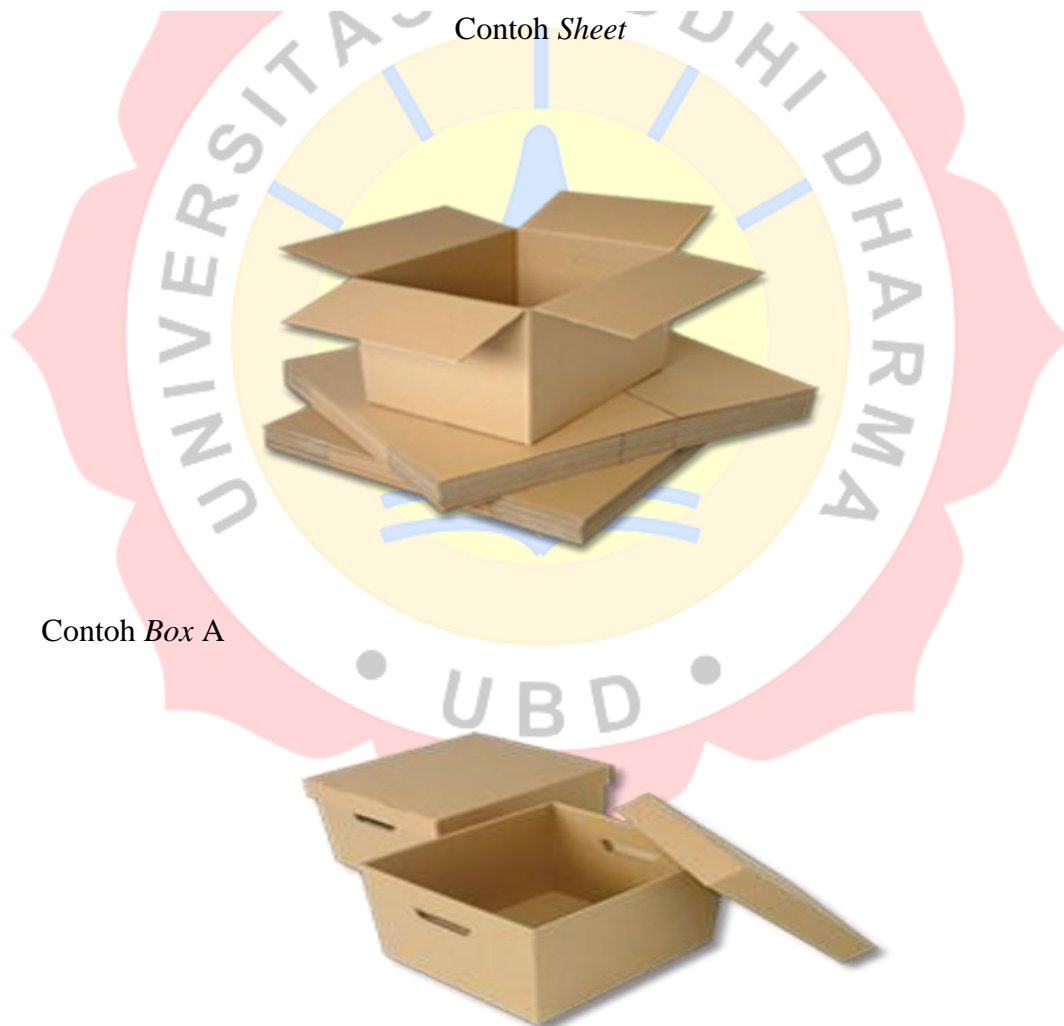
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

b. Predictors: (Constant), PELAYANAN (X3), KUALITAS PRODUK (X1), PENETAPAN HARGA (X2)



**Produk Yang Dihasilkan PT. Pancamitra Packindo :**

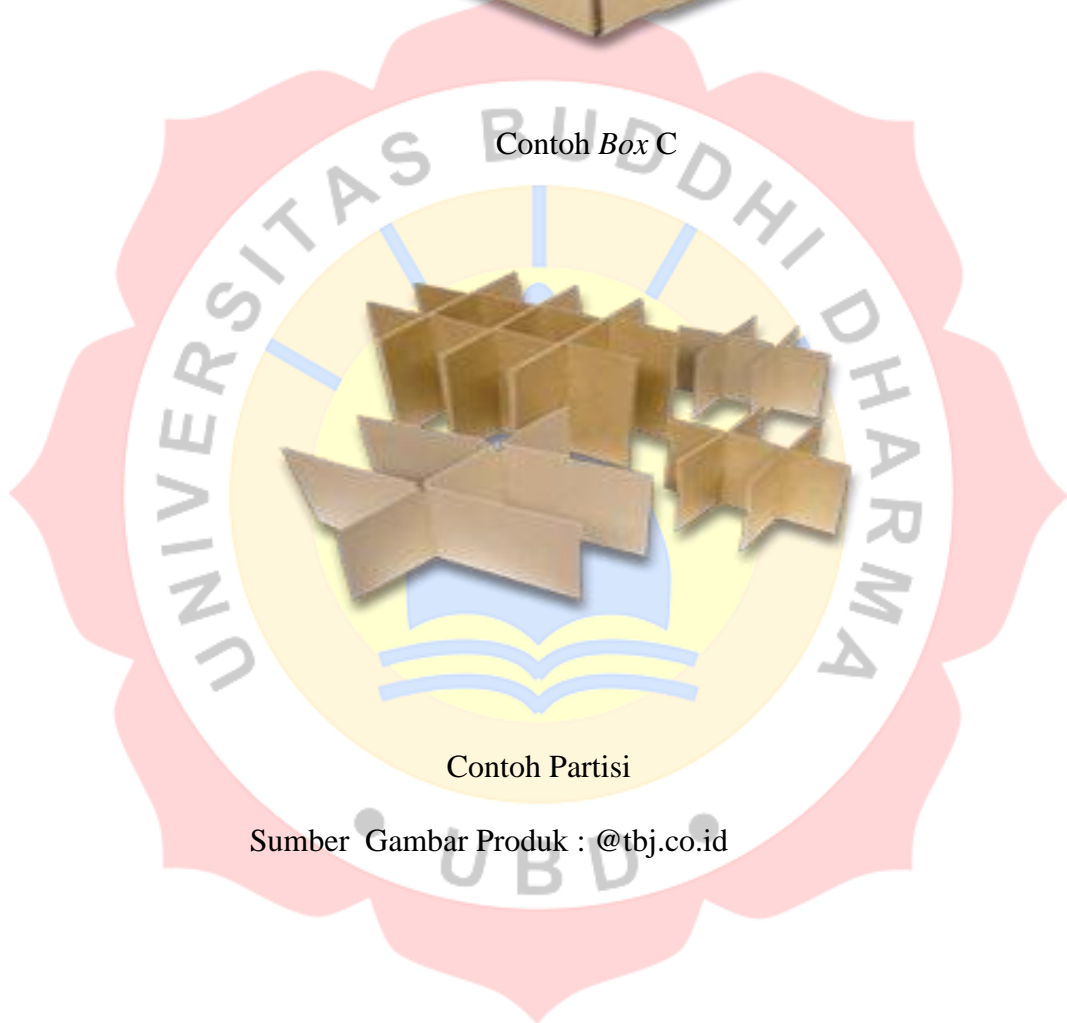
Berikut ini adalah  
contoh produk yang  
dihasilkan sebagai  
berikut :



Contoh Box B



Contoh Box C



Contoh Partisi

Sumber Gambar Produk : @tbj.co.id