

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bersumber kepada penelitian yang telah diuraikan pada bab IV, jadi penulis menarik kesimpulan :

1. Kesimpulan Umum

a. Harga

Bersumber kepada hasil jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang disebarikan oleh penulis, mayoritas responden mengutarakan sangat setuju bahwa konsumen sangat puas oleh harga yang diberikan oleh *Marketplace* JD.ID.

b. Merek

Bersumber kepada hasil jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang disebarikan oleh penulis, mayoritas responden mengutarakan sangat setuju bahwa konsumen sangat puas karena merek yang ditawarkan oleh *Marketplace* JD.ID selalu yang terbaik dan berkualitas.

c. Kualitas Produk

Bersumber kepada hasil jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang disebarikan oleh penulis, mayoritas responden mengutarakan sangat setuju bahwa konsumen sangat puas oleh kualitas produk yang diberikan oleh *Marketplace* JD.ID

karena dengan harga yang mereka bayarkan dan ekspektasi yang mereka inginkan juga terpenuhi.

2. Kesimpulan Khusus

a. Terlihat pengaruh yang signifikan dan positif antara harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada *Marketplace* JD.ID.

Penegasan kesimpulan di atas dapat dilihat pada hasil nilai t hitung sebesar $3,197 > t \text{ tabel } 1,985$ dengan taraf nilai $0,002 < 0,05$ yang artinya pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang berarti berpengaruh pada harga beli di *Marketplace* JD.ID.

b. Terlihat pengaruh yang signifikan dan positif antara merek (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada *Marketplace* JD.ID.

Penegasan kesimpulan di atas dapat dilihat dari hasil nilai t hitung sebesar $1,985 = t \text{ tabel } 1,985$ dengan taraf signifikansi $0,050 = 0,05$ yang bermakna pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, maksudnya ada pengaruh antara merek terhadap keputusan pembelian

pada *Marketplace* JD.ID.

c. Terlihat pengaruh yang signifikan dan positif antara kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada *Marketplace* JD.ID.

Penegasan kesimpulan di atas dapat dilihat dari hasil nilai t hitung sebesar $2,306 > t$ tabel $1,985$ dengan taraf signifikansi $0,023 < 0,05$ yang berarti pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, bermakna bahwa ada pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *Marketplace* JD.ID.

d. Terlihat pengaruh yang signifikan dan positif antara harga (X1), merek (X2), dan kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada *Marketplace* JD.ID.

Dari tabel *Model Summary* dapat dilihat nilai *R Square* adalah sebesar $0,570$ atau 57% , yang artinya besarnya pengaruh harga, merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 57% dan Bersumber kepada tabel *ANOVA*, diperoleh nilai F hitung sebesar $42,339$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000$ lebih kecil dari $0,05$. Maka dapat diketahui nilai F hitung $42,339 > F$ tabel $2,26$ dengan tingkat signifikan $0,000 <$ dari $0,05$. Hasil uji statistik F menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang

terdiri dari harga (X1), merek (X2), dan kualitas produk (X3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) pada *Marketplace* JD.ID.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

- a. Melalui hasil penelitian yang sudah dilaksanakan dapat diperhatikan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- b. Melalui hasil penelitian yang sudah dilaksanakan dapat diperhatikan bahwa merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- c. Melalui hasil penelitian yang sudah dilaksanakan dapat diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- d. Melalui hasil penelitian yang sudah dilaksanakan dapat diperhatikan bahwa harga, merek, dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Implikasi Manajerial

Bagi perusahaan sebaiknya mempertimbangkan harga, merek, dan kualitas produk yang secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Implikasi Metodologi

Penulis menggunakan metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Jawaban responden diolah menjadi data berupa angka-angka dengan bantuan aplikasi *software* SPSS.

C. Saran

Bersumber kepada pembahasan dan kesimpulan pada penelitian ini dapat diketahui bahwa harga, merek, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Kepada JD.ID

Pelaku usaha harus meningkatkan kualitas produk menjadi lebih baik, sehingga pelaku usaha dapat meningkatkan penjualan produk, lebih baik dalam memilih kualitas produk untuk mempermudah keputusan pembelian, dan memberikan sinyal positif kepada investor yang mungkin ingin bergabung dalam pengembangan usaha.

2. Kepada Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan penelitian ini dan melakukan penelitian yang lebih mendalam untuk mendapatkan hasil yang lebih baik serta spesifik di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta. 2018.
- Bancim, J. B. Citra Merek Dan *Word Of Mouth* (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina). Surabaya : Jakad Media Publishing. 2021.
- Dimiyati, M. Metodologi Riset Pemasaran. Jakarta : Mitra Wacana Media. 2019.
- Ghanimata, F. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang. Skripsi, 1–54. 2012.
- Hernawan, E., & Andy. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen gerai alfamidi taman royal tangerang. *Primanomics : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis - Vol. 16. No. 3 (2018)*, 3, 1–8. 2018.
- Julius, Y. Manajemen Pemasaran (Model Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). Yogyakarta : Deepublish. 2016.
- Mazuanda, D. Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Distro Vearst Jeans Bandung (Survey Pada Pengunjung Distro Vearst Jeans Bandung). *Http://Repository.Unpas.Ac.Id/32844/*, 57–77. 2018.
- Mulyadi. Sistem Perencanaan Dan Pengendalian Manajemen. Jakarta : Salemba Empat. 2017.
- Musfar, T. F. Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran. Bandung : Media Sains Indonesia. 2020.
- Sedarmayati. Manajemen Pemasaran (2 Ed.). Bandung : Mandar Maju. 2017.
- Sudarso, A. Manajemen Merek. Medan : Yayasan Kita Menulis. 2020.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta. 2017.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung : Alfabeta. 2020.
- Suhendri, S. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran A & W Supermall Karawaci. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 48. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.175> 2019.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Identitas Pribadi

Nama : Sherly Fransisca
Tempat / Tanggal Lahir : Tangerang, 30 Desember 2000
Jenis Kelamin : Wanita
Agama : Kristen Protestan
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Iskandar Muda, Gg. Perkutut II No. 37
Kec. Neglasari-Tangerang
Nomor Telepon : 0895-3329-70941
Email : sherlyfransisc30@gmail.com
IPK Terakhir : 3.44

Riwayat Pendidikan

SD : SD Dharma Widya (2006-2012)
SMP : SMP Dharma Widya (2012-2015)
SMA : SMA Mardi Yuana Sukabumi (2015-2018)
Perguruan Tinggi : Universitas Buddhi Dharma (2018-Saat ini)

Tangerang, 30 Desember 2021

Sherly Fransisca

Responden Yang Terhormat

Dalam rangka penyelesaian skripsi di Universitas Buddhi Dharma yang berjudul **“Pengaruh Harga, Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace JD.ID”** diharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini. Data yang Bapak/Ibu berikan sangat bermanfaat untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini.

I. Petunjuk Pengisian

Berikan tanda *checklist* (\surd) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan Bapak/Ibu.

Dalam menjawab pertanyaan dalam kuisisioner ini, sebaiknya Bapak/Ibu memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya.

Ada lima alternatif jawaban, yaitu :

- a. SS berarti Sangat Setuju = nilai 5
- b. S berarti Setuju = nilai 4
- c. S berarti Kurang Setuju = nilai 3
- d. TS berarti Tidak Setuju = nilai 2
- e. STS berarti Sangat Tidak Setuju = nilai 1

II. Data Responden

Nama Responden :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia : ≤ 17 tahun 18-24 tahun

25-35 tahun 36-45 tahun

≥ 46 tahun

Pendidikan : SD-SMA D1-D3

S1 S2 S3

1. Harga (X1)

NO.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu memberikan perbandingan harga yang cukup jelas.					
2.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu memberikan daftar harga yang memudahkan pembelian.					
3.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu memberikan harga sesuai kualitas.					
4.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu memberikan potongan harga.					
5.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu memberikan persaingan harga yang memudahkan pembelian.					
6.	Saya merasakan kemudahan transaksi dalam melakukan pembayaran di <i>marketplace</i> JD.ID.					
7.	Harga yang terdapat di <i>marketplace</i> JD.ID sangat terjangkau.					
8.	Harga yang dicantumkan saat akan melakukan pembayaran sesuai daftar harga.					
9.	Saya percaya <i>marketplace</i> JD.ID mengutamakan kualitas.					
10.	Saya percaya <i>marketplace</i> JD.ID memberikan harga sesuai merek.					

2. Merek (X2)

NO.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Jenis-jenis merek yang terdapat pada <i>marketplace</i> JD.ID mudah dikenali.					
2.	Merek yang dicari konsumen mudah didapatkan pada <i>marketplace</i> JD.ID.					
3.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu memberikan tawaran merek dengan masing-masing kualitas yang terbaik.					
4.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu memberikan pilihan merek produk yang baik.					
5.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu memberikan pilihan merek produk berdasarkan manfaat.					
6.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu mengutamakan merek yang berkualitas untuk pembeli.					
7.	Setiap merek yang disediakan <i>marketplace</i> JD.ID berbeda dari <i>marketplace</i> pesaing.					
8.	Setiap merek pada <i>marketplace</i> JD.ID mempunyai keunggulannya masing-masing dari <i>marketplace</i> lainnya.					
9.	Saya percaya pihak JD.ID selalu mengutamakan kualitas untuk para pelanggannya.					
10.	Saya percaya JD.ID selalu mengutamakan kepuasan pelanggannya setiap merekomendasikan merek.					

3. Kualitas Produk (X3)

NO.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Jenis produk yang dijual di <i>marketplace</i> JD.ID beragam.					
2.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu memberi kualitas yang membedakan dari produk lainnya.					
3.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu memperhatikan kinerja produk.					
4.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu mengutamakan kehandalan kualitas produk yang dijualnya.					
5.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu mengutamakan ketahanan produk untuk pelanggannya.					
6.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu menyediakan kualitas produk sesuai harga.					
7.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu memberikan pilihan design sesuai kebutuhan.					
8.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu mengutamakan kualitas produk yang dijual.					
9.	Kualitas sesuai harga yang ditawarkan oleh <i>marketplace</i> JD.ID.					
10.	<i>Marketplace</i> JD.ID selalu memenuhi kualitas produk sesuai kebutuhan.					

4. Keputusan Pembelian (Y)

NO.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Keputusan pembeli di <i>marketplace</i> JD.ID berdasarkan jenis produk yang dipilih.					
2.	Bentuk produk yang dijual oleh <i>marketplace</i> JD.ID menentukan keputusan pembelian.					
3.	Kegunaan produk di <i>marketplace</i> JD.ID selalu menentukan keputusan pembelian.					
4.	Perbandingan setiap harga di <i>marketplace</i> JD.ID selalu menentukan keputusan pembelian.					
5.	Merek yang dipilih di <i>marketplace</i> JD.ID menentukan keputusan pembelian.					
6.	Jumlah produk yang dibeli di <i>marketplace</i> JD.ID menentukan keputusan pembelian.					
7.	Waktu pembelian mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian di <i>marketplace</i> JD.ID.					
8.	Cara pembayaran mempengaruhi keputusan pembelian di <i>marketplace</i> JD.ID.					
9.	Kualitas produk yang ada di JD.ID menentukan keputusan pembelian.					
10.	Tampilan produk mempengaruhi keputusan dalam melakukan pembelian di <i>marketplace</i> JD.ID.					

NO	HARGA										TOTAL
	X1										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	5	4	3	4	2	3	4	4	4	37
3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	3	4	3	5	5	4	3	4	39
7	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
8	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	47
9	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	45
10	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	46
11	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	32
12	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	45
13	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	47
14	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	43
15	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	42
16	5	5	3	4	4	5	4	4	3	3	40
17	3	5	3	5	3	4	4	4	3	2	36
18	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	46
19	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
20	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	43
21	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	43
22	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
23	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
24	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	46
25	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	44
26	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	39
27	4	3	3	4	4	3	3	5	4	4	37
28	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39

29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	46
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	4	5	4	3	4	5	3	4	3	5	40
35	4	3	4	5	4	4	3	5	3	3	38
36	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	44
37	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	35
38	3	3	4	3	3	5	3	4	3	3	34
39	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	47
40	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
41	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
42	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	46
43	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	35
44	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	46
45	4	5	3	3	4	4	3	5	5	5	41
46	4	4	4	2	2	4	2	4	4	4	34
47	4	4	3	3	3	4	2	4	4	4	35
48	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	43
49	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	45
50	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	38
51	5	5	4	3	3	4	4	5	4	4	41
52	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
53	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	40
54	4	4	5	3	3	4	4	5	4	3	39
55	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	37
56	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
57	5	5	5	2	4	3	2	3	3	4	36
58	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	40
59	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	44

91	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	44
92	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	3	4	4	2	4	3	3	2	5	5	35
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
97	1	2	3	4	5	1	2	3	2	3	26
98	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	45
99	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
100	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	45



NO	MEREK										TOTAL
	X2										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	36
3	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
6	3	4	4	2	3	4	3	5	4	3	35
7	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	46
8	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	40
9	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	44
10	5	5	4	5	5	5	3	3	5	5	45
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
12	4	5	4	5	5	3	5	4	5	4	44
13	5	3	2	5	4	3	5	5	4	3	39
14	5	5	4	5	4	4	3	4	5	5	44
15	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
16	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
17	4	5	4	5	5	3	3	5	4	4	42
18	5	5	4	4	4	5	3	3	5	5	43
19	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	46
20	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	43
21	5	3	5	4	4	4	3	4	4	5	41
22	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	42
23	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
24	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
25	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
26	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
27	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	37
28	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	45
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	46
35	4	3	3	3	3	4	5	5	4	5	39
36	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
37	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	37
38	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	36
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
41	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	44
42	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	44
43	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46

44	5	5	5	4	2	5	1	1	5	3	36
45	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	44
46	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	38
47	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	37
48	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	45
49	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	43
50	5	4	3	3	4	4	3	4	3	3	36
51	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	44
52	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
53	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	42
54	5	4	3	3	4	5	5	3	5	5	42
55	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
56	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
57	4	5	3	4	5	4	3	4	4	3	39
58	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	36
59	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37
60	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
61	4	4	4	4	5	4	2	3	5	5	40
62	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
63	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	36
64	3	4	4	4	3	4	2	2	3	4	33
65	4	5	4	4	4	4	2	2	4	3	36
66	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	35
67	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	43
68	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
69	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	45
70	4	5	4	3	5	5	5	5	4	5	45
71	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	46
72	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	44
73	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	45
74	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	45
75	5	4	5	3	3	4	4	4	5	5	42
76	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	44
77	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	45
78	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	44
79	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	46
80	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
81	4	4	4	5	4	4	3	5	2	3	38
82	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	47
83	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	44
84	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	47
85	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
86	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
87	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
88	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	40
89	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
91	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	43

92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	5	3	3	2	5	5	3	3	5	5	39
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	42
97	3	4	2	1	2	2	2	1	1	1	19
98	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	44
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50



NO	KUALITAS PRODUK										TOTAL
	X3										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	3	2	3	3	4	2	4	4	4	33
3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	46
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	5	5	4	3	3	4	3	3	4	4	38
7	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	44
10	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
12	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	45
13	2	4	2	3	3	3	4	3	3	5	32
14	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
15	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
16	5	3	2	3	3	3	3	3	3	3	31
17	5	4	3	4	3	3	5	3	3	3	36
18	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	42
19	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	45
20	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	46
21	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	43
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
23	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	46
24	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
25	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
26	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
27	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	36
28	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	5	5	5	4	3	4	5	4	5	5	45
35	5	3	2	2	4	4	2	3	3	3	31
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	4	3	3	4	4	3	4	4	5	4	38
38	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	42
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
41	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	46
42	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
43	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
44	5	5	5	4	3	5	3	4	4	3	41
45	5	5	3	3	3	3	4	3	3	3	35

94	4	3	4	3	2	2	4	3	4	3	32
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	43
97	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	13
98	3	2	4	5	4	3	5	4	4	5	39
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
100	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	45



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

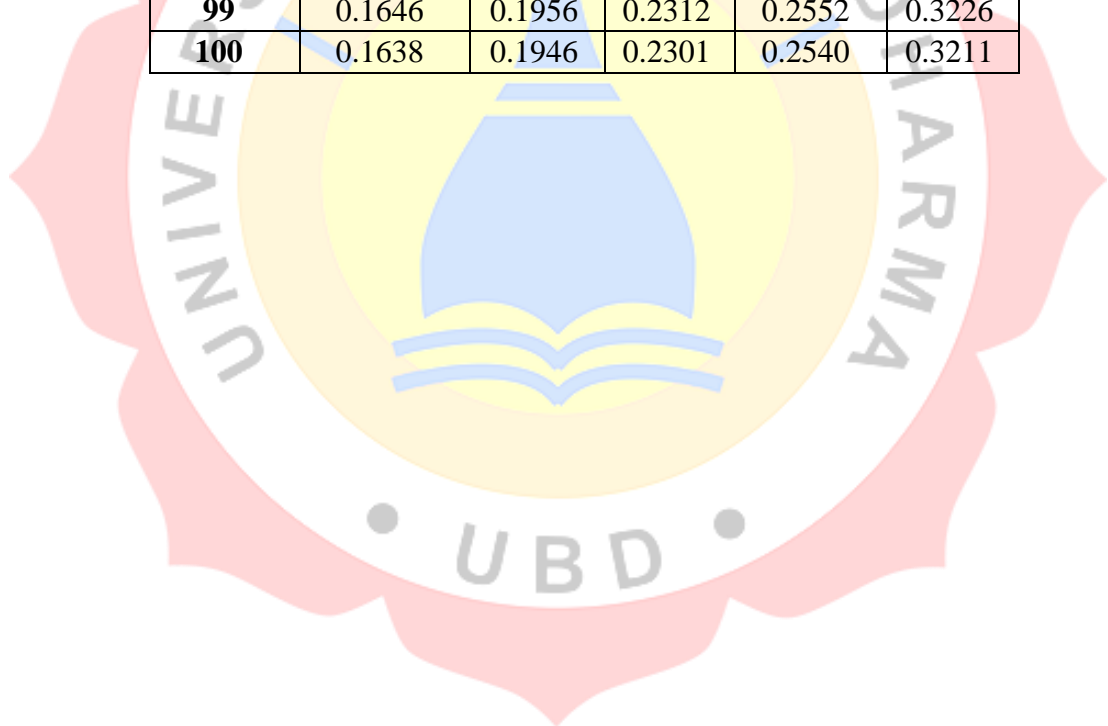
94	5	4	4	3	2	3	4	3	3	3	34
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	43
97	3	2	3	3	3	3	3	5	1	1	27
98	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
99	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	33
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50



Tabel r (DF 51-100)

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527

83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211



Tabel t (DF 81-120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Tabel F (N 91-134)

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74