

BAB V

PENUTUP

E. Kesimpulan

Penelitian ini dibuat untuk menguji pengaruh *Kualitas Produk*, Promosi, serta Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Captain Marine Indonesia. Pada penelitian ini terdapat 4 variabel yaitu variabel independent adalah *Kualitas Produk*, Promosi, Harga, dan Keputusan Pembelian sebagai variabel dependent. Dalam mengelola data yang didapat dari hasil menyebarkan kuesioner, penulis menggunakan SPSS 25 dengan jumlah Responden sebanyak 100 orang. Berdasarkan hasil penelitian dari pengolahan data pada bab IV dapat disimpulkan bahwa:

1. Kesimpulan Umum

a. Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan Perolehan jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang di sebarakan penulis, sebagian besar responden mengujarkan CS bahwa Cukup Setuju bahwa responden mengetahui Kualitas Produk PT Captain Marine Indonesia.

b. Promosi (X2)

Berdasarkan Perolehan jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang di sebarakan penulis, sebagian besar responden mengujarkan CS bahwa Cukup Setuju dengan kegiatan

Promosi yang dilakukan PT Captain Marine Indonesia.

c. Harga

Berdasarkan Perolehan jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang di sebarakan penulis, sebagian besar responden mengujarkan CS bahwa Cukup Setuju dengan Harga alat diving yang telah ditetapkan oleh PT Captain Marine Indonesia.

d. Keputusan Pembelian

Berdasarkan Perolehan jawaban Kuesioner Dengan Jumlah Responden Sebanyak 100 Responden Yang di sebarakan Penulis, Sebagian Besar Responden Mengujarkan CS bahwa Cukup Setuju dengan Keputusan pembelian pada PT Captain Marine Indonesia.

2. Kesimpulan Khusus

- a. Berdasarkan penelitian studi kuantitatif yang dilakukan perihal pengaruh *kualitas produk* (X1), promosi (X2), dan harga (X3), terhadap keputusan pembelian (Y) alat diving pada PT Captain Marine Indonesia, hasil analisis diperoleh dengan menggunakan metode analisis regresi berganda diperoleh koefisien korelasi variabel *kualitas produk* (X1) sebesar 0,916 yang mendekati 1, promosi (X2) sebesar 0,834 mendekati 1, dan harga (X3) sebesar 0,654 mendekati 1. Maka hubungan antara *kualitas produk*, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian adalah kuat dan mempunyai hubungan yang positif.
- b. Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis signifikan parsial (Uji T)

disimpulkan bahwa *kualitas produk* memiliki nilai t sebesar $10.527 > 1.9872$ dan tingkat signifikan sebesar $0.00 < 0.05$. Artinya *kualitas produk* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian berdasarkan hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian (H_1) terbukti.

- c. Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis signifikan parsial (Uji T) disimpulkan bahwa Promosi memiliki nilai t sebesar $5.138 > 1.9872$ dan tingkat signifikan sebesar $0.00 < 0.05$. Artinya Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian berdasarkan hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian (H_2) terbukti.
- d. Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis signifikan parsial (Uji T) disimpulkan bahwa Harga memiliki nilai t sebesar $2.996 > 1.9872$ dan tingkat signifikan sebesar $0.03 < 0.05$. Artinya Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian berdasarkan hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian (H_3) terbukti.
- e. Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis f didapatkan nilai f_{hitung} sebesar $252,007 > 2.70$ sedangkan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Dikarenakan nilai signifikan yang lebih kecil dari 0.05 ini memiliki hasil bahwa variable *Kualitas Produk*, Promosi, dan Harga secara bersama sama memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian alat diving pada PT Captain Marine Indonesia.

F. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran-saran yang dapat di berikan sehubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Perusahaan

- a. PT Captain Marine Indonesia harus memperhatikan kualitas produk alat diving agar pelanggan mencapai kepuasan terhadap produk yang dijual untuk mempengaruhi keputusan pembelian.
- b. PT Captain Marine Indonesia harus selalu aktif dalam melakukan promosi untuk menarik minat calon pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah pernah membeli.
- c. PT Captain Marine Indonesia harus bisa menetapkan harga yang kompetitif dalam menjual produk alat diving, supaya pelanggan tidak merasa keberatan akan harga yang tinggi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan, referensi, dan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel lain agar dapat mengetahui variabel apa saja yang bisa berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian alat diving pada PT Captain Marine Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agleintan, E. R., Sutrisna, S., & Sutandi, S. (2019). Pengaruh Perputaran Piutang Dan Perputaran Aktiva Tetap Terhadap Profitabilitas (Pada Perusahaan Perdagangan Eceran yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013 – 2017). *Primanomics*, 17(3). <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.189>
- Aliyah, H. (2021). *Penjualan hadiah pada pembeli produk wings food di pasar terowongan kota Buntok Kabupaten Barito Selatan*.
- Amelia, L. (2020). Analisis Kualitas Layanan Website BPJS Kesehatan Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 1(2), 180–188.
- Andriani, F. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO GUESS CENTRE POINT MEDA. *Universitas Dharmawangsa*, 224, 1–16.
- Andy. (2018). Pengaruh Return On Asset, Debt To Equity Ratio, Debt To Assets Ratio, Ukuran Perusahaan Dan Deferred Tax Expense terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor Perhotelan, Restoran, Dan Pariwisata Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 42–522.
- Andy, A., & Megawati, M. (2019). Analysis of Liquidity, Profitability and Solvency Ratios to Assess the Financial Performance of Companies in Cigarette Industries Listed on the Indonesia Stock Exchange. *ECo-Fin*, 1(1), 22–34. <https://doi.org/10.32877/ef.v1i1.54>
- Andy, & Dwi, I. A. M. S. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi, Komunikasi, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Hindu Kementerian Agama Republik Indonesia. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 1–19.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 4(12). <https://doi.org/10.38204/atrabis.v5i2.247>
- Ariani, W. (2016). *Modul 1 Manajemen Kualitas*.
- Aristo, S. F. (2019). Pengaruh Brand image dan harga Terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi Shoppe di wilayah Jaktim (2019). *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4).
- Chandra, D. (2017). *PERANAN HUMAS PT PUSRI PALEMBANG DALAM MENJAGA HUBUNGAN BAIK DENGAN PEMERINTAH*.
- Corniawan, D. H. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen *wijsoen coffee container jalan uler kambang ponogoro*. 10–37.
- Debiyanti, D., Sutrisna, S., Budrio, B., Kamal, A. K., & Yulianti, Y. (2020). Pengujian Black Box pada Perangkat Lunak Sistem Penilaian Mahasiswa Menggunakan Teknik Boundary Value Analysis. *Jurnal Informatika*

- Universitas Pamulang*, 5(2), 162.
<https://doi.org/10.32493/informatika.v5i2.5446>
- Dellamita, M. F., DH, A. F., & Yulianto, E. (2014). Penerapan Personal Selling (Penjualan Pribadi) Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Pada PT Adira Quantum Multifinance Point Of Sales (Pos) Dieng Computer Square Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 9(2), 81391.
- Devina, B. (2019). *Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa leasing yang dimediasi oleh kepuasan konsumen (2019)*. 11(1), 56–64.
- Fahmi, m hilal. (2019). Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Distro Kaos Miko Kota Dumai. *Skripsi*, 225.
- Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). Manajemen Kualitas Jasa. In *Duta Media Publishing*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Undip.
- Ginny, P. L., & Andy, A. (2021). A Business Model Analysis On Hj Nina's Rental Housing Using Business Model Canvas Approach. *Primanomics*, 19(3), 75–90. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i3.637>
- Gunawan, A., & Sutrisna, S. (2022). Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–6.
- Gunawan, I., Kusnawan, A., & Hernawan, E. (2021). Impact of Work from Home Policy Implementation on Work Effectiveness and Productivity in Tangerang City. *Primanomics*, 19(1), 99–107. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i1.508>
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (202 C.E.). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air*. 8(2).
- Herdiano, E. (2015). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Pembelian Suplemen Minuman Penambah Energi Di Kecamatan Kraton Yogyakarta*. 129.
- Hernawan, E., & Andy. (2018). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen gerai Alfamidi Taman Royal Tangerang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(3), 1–8.
- Hernawan, E., Cahyono, Y., Andy, Wi, P., & Alexander. (2021). Informasi Kebijakan Dividen Yang dipengaruhi Oleh Return On Asset, Leverage, dan Sales Growth (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020). *Akuntoteknologi*, 13(2), 13–23.
- Hernawan, E., Setiawan, T. S., Andy, A., & Wi, P. (2020). Mining Stock Price Index on Macro Economic Indicators. *ECo-Fin*, 2(3), 139–145.
- Hikmah, Q. (2020). *Peran Sales Promotion Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ditinjau Dari Marketing Syariah (Studi Kasus Qomeshop Kediri)*.
- Igir, F. G., Tampi, J. R. E., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up

- (Studi Pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 86–96.
- Kainde, H. V. F., Salaki Reynaldo, J., & Yuri Vanli, A. (2022). Design and Development of Scuba Diving Learning Application Mobile-Based. *Jurnal Teknik Elektro Dan Komputer*, 11(3), 161–166.
- Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry, S. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard Pada PT AIM Safety Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (AJIE)*, 1(1), 43–51.
- Kotler, P. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (15th ed.). Free Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Person Education Limited.
- Kusnawan, A. (2018). Analisis Pengaruh Kegiatan Promosi Terhadap Ekuitas Merk Universitas Buddhi Dharma Di Kalangan Mahasiswa (Survei pada mahasiswa program Studi Manajemen). *Primanomics*, 16(1). <https://doi.org/10.31253/pe.v16i1.52>
- 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. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Limajatini, Winata, S., Kusnawan, A., & Aprilyanti, R. (2019). Studi Komparatif Budidaya Ikan Konsumsi Air Tawar Antara Sawangan – Bogor, Mekar Kondang – Tangerang, Dan Baros –Pandeglang Studi Kasus Ikan Gurami. *Primanomics*, 17(1), 1–12.
- Ningrum, D. S., Aini, I. M. N., Faha, Y. M., & ... (2021). Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Dalam Keberkahan. In *Izdihar: Jurnal ...* (Vol. 1, pp. 69–80).
- Njoto, D., & Sienatra, K. B. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian laptop merek acer (2020). *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(5).
- Novianty, S., & Kusnawan, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi Online Tokopedia. *Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 159–167. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1586>
- Panjaitan, B. P. (2022). **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ASUS.**
- Parameswari, R., Silaswara, D., & Andy, A. (2021). Swot Analysis Of Small And Medium Micro Business Development In Jatiuwung District, Tangerang City. *Primanomics*, 19(2), 92–101. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i2.594>
- Parmitasari, R. D. A., & Sutrisna. (2016). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Kebijakan Dividen Tunai Dengan Likuiditas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Minds*, 3(2). <https://doi.org/10.24252/minds.v3i2.2938>
- Patriana, R. (2019). **PENGARUH PERIKLANAN, PENJUALAN PRIBADI, PROMOSI PENJUALAN DAN PUBLISITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG**

- PALEMBANG. *Mi*, 5–24.
- Putri, D. T. (2019). PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO BUKU TOGAMAS BUAH BATU BANDUNG. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local*, 1(69), 5–24.
- Rahardjo, S., Anggraeni, N., Nastiti, T., & Ramelan, W. (2018). *Warisan Budaya Maritim Nusantara*.
- Rahayu, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada majalah media asuransi (Studi Kasus PT.Media Asuransi Indonesia). *Jurnal Pemasaran*, 1(1).
- Rasyid, H. Al, & Indah, A. T. (2018). *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan*. 16(1).
- Romadhon, A. P. (2016). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Santosa, S., Resi, P. T., Widiyanto, Gregorius, D., & Sutrisna. (2020). Measuring Attribute Of Product Of Vegetable Salad Of “Mamake” Micro Business Of Buddhist Community Group At Buddhi Vardhana Temple In Tangerang City. *Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1).
- Saragih, MM., B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 26–33. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>
- Saraswati, D. A. (2018). *Faktor Risiko Gejala Penyakit Dekompresi Pada Nelayan Pencari Ikan Hias Laut Di Kabupaten Banyuwangi*. Universitas Jember.
- Satrianto, H., Janamarta, S., & Sutrisna, S. (2020). Roles of Micro and Small Enterprises of Snack and Pastry Productions and Product Innovation on the Increase of People’s Income in Periuk – Tangerang City. *Primanomics*, 18(3). <https://doi.org/10.31253/pe.v18i3.394>
- Secapramana, V. (2017). Model Dalam Strategi Penetapan Harga. *Unitas*, 9(1), 30–43.
- Selly, & Sutrisna. (2022). Pengaruh Suasana Toko, Kesadaran Merek Dan Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT. Cara Loe Buat Kopi “Kopi Clbk”). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 842–848.
- Setiawan, A. W. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Niat Berkunjung. *CoPAS*, 01(01), 219–248.
- Setyarini, M. N. (2015). *Pengaruh Citra Merek, Pengetahuan Produk, Lingkungan Sekitar, Potongan Harga Dan Kupon Pada Niat Beli Ulang Produk Revlon*.
- Sugandha, S., Wibowo, F. P., & Hendra, H. (2019). Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pt.Jembo Energindo. *Dynamic Management Journal*, 3(2). <https://doi.org/10.31000/dmj.v3i2.1963>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Alfabeta.

- Sumantri, F. A., Anggraeni, R. D., & Kusnawan, A. (2018). Corporate Governance terhadap Tax Avoidance pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *ECo-Buss*, 1(2), 126–128.
- Sumantri, F. A., Kusnawan, A., & Anggraeni, R. D. (2021). The Effect Of Information Asymmetry, Company Size And Managerial Ownership On Income Management (Empirical Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange). *Primanomics*, 19(1), 62–76. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i1.505>
- Sumantri, F. A., Kusnawan, A., & Anggraeni, R. D. (2022). The Effect Of Capital Intensity, Sales Growth, Leverage On Tax Avoidance And Profitability As Moderators. *Primanomics*, 20(1), 36–53. <https://doi.org/10.31253/pe.v20i1.861>
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. IPB Press.
- Supriyanto, A., Sutrisna, S., & Listen, G. (2021). The Relation of Price, Product Quality And Brand Image To Customer Loyalty In Manufacturing Companies. *ECo-Fin*, 3(3), 380–387. <https://doi.org/10.32877/ef.v3i3.531>
- Sutrisna, A. (2021). Pengaruh Pelatihan dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Karyawan Pada PT. Guna Karya Elektrik. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 197–207.
- Swastha, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Thamrin, A. (2013). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Tholok, F. W., Janamarta, S., & Wibowo, F. P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Era Covid 19 (Studi Kasus Di Pt. Erje London Chemical). *ECo-Buss*, 3(2), 48–56.
- Tjiptono, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali Press.
- Wabula, L. R. (2019). Perilaku Keselamatan Dan Kesehatan Penyelaman Pada Penyelam Tradisional Berbasis Health Action Process Approach. In *Surabaya: Universitas Airlangga Surabaya*.
- Wahyuni, M. I. (2018). *PENERAPAN MANAJEMEN KUALITAS PADA HOTEL NON BINTANG DI KOTA YOGYAKARTA*.
- Wibowo, F. P. (2018a). Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT Indoraya Internasional di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 173–189.
- Wibowo, F. P. (2018b). Pengaruh Komunikasi, Konflik, Stres Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 12(2), 211–228.
- Wibowo, F. P., & Listen, G. (2019). Pengaruh Stres Kerja Dan Konflik Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Pada PT. Media Bernas Jogja. *Primanomics*, 17(1), 1–11.
- Wibowo, F. P., Sugandha, S., Sugandha, S., & Tholok, F. W. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja (Studi Kasus Di Pt Mutiara Nusantara Globalindo). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(3), 248–258. <https://doi.org/10.33061/jeku.v20i3.4309>
- Wibowo, F. P., & Tholok, F. W. (2019). Pengaruh Pekerjaan, Promosi, Rekan

- Kerja, Atasan, Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Studi Kasus Di Pt. Primissima Medari Sleman Yogyakarta. *Sains*, 11(2). <https://doi.org/10.35448/jmb.v11i2.6060>
- Wibowo, F. P., & Widiyanto, G. (2019). Pengaruh Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pada Perusahaan Tom's Silver Yogyakarta. *Primanomics*, 17(2). <https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.170>
- Wibowo, P. (2015). *PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI MCDONALD'S DI SURAKARTA*. 6(November), 34–55.
- Wibowo, P. (2018a). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Perusahaan PT. Gojek Indonesia (Studi pada Pengguna Jasa Transportasi Online - Gojek di Tangerang). *EFEKTIF Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 9(1), 27–38.
- Wibowo, P. (2018b). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Perusahaan PT. Gojek Indonesia (Studi pada Pengguna Jasa Transportasi Online - Gojek di Tangerang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 9(1), 27–38.
- Wibowo, P. P. (2019). *PENGARUH HARGA, INOVASI PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DISTRO BLOODS CABANG CIKARANG SELATAN (Studi Kasus pada Konsumen Distro Bloods Pasirsari, Cikarang Selatan)*.
- Widiyanto, G., & Wibowo, F. P. (2021). Analysis of the Effect Product Quality, Trustworthiness, Convenience, Perceptions of Usefulness and Price on Purchase Intention During the Covid Pandemic 19. *Primanomics*, 19(1), 181–190. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i1.516>
- Widiyanto, P., Aranza, F., & Hernawan, M. A. (2021). Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Perusahaan Jasa Angkutan Barang. *Jurnal Transportasi, Logistik, Dan Aviasi*, 1(1), 65–73.
- Wiediya, W., & Andy, A. (2022). Mempertahankan Produktivitas, Motivasi dan Loyalitas Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja di Tengah Pandemi Covid-19 di PT. Arlisco ElektriKa Perkasa. *EMaBi*, 1(1), 150–163.
- Winata, S., Kusnawan, A., Limajatini, L., & Hernawan, E. (2020). Ethical Decision Making Based On The Literature Review Of Ford & Richardson 1962 - 1993. *Primanomics*, 18(1). <https://doi.org/10.31253/pe.v18i1.286>
- Winda, C. O., & Andy. (2022). Pengaruh Sistem Aplikasi E-Wallet, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada KFC Citra Raya. *EMaBi*, 3, 1–8.
- Yang, M. (2019). *PENGARUH DIVERSIFIKASI PERUSAHAAN DENGAN VARIABEL MODERASI PRODUKTIVITAS TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PUBLIK NON KEUANGAN*.
- Zatira, D., Simbolon, S., & Sutrisna, S. (2020). The Effect Of Company Size, Liquidity And Profitability On The Capital Structure Of Automotive Companies Listed In Indonesia Stock Exchange (Idx) For The Period 2014 – 2018. *Akuntoteknologi*, 12(2), 16–24. <https://doi.org/10.31253/aktek.v12i2.491>

- Zebua, A., Gultom, S., & Yohannes. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Bisnis Eka Prasetya*, 6(1), 88–101.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi Bisnis*.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Bayu Tri Gumelar
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 16 Juni 1999
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Perumahan Bayur Sarana Indah
Blok A 32 Kel. Lebak wangi
Kec.Sepatan Timur
Kab.Tangerang 15520
Nomor Telepon : 089684768418
Email : Bayutrigmlr16@gmail.com
IPK : 3.17



RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SDN 1 Teluknaga
SMP : SMPN 1 Teluknaga
SMA : SMAN 14 Tangerang
Perguruan Tinggi : Universitas Buddhi Dharma

PENGALAMAN KERJA

PT Bank Central Asia Tbk : 2018 - 2021
PT Marina Global Internusa : 2021 - 2022
PT Pan Indonesia Tbk : 2022 - Sekarang

Tangerang, 12 Mei 2023

Bayu Tri Gumelar

SURAT KETERANGAN RISET

PT. CAPTAIN MARINE INDONESIA
GO BLUE WITH US

SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Endang Rosyana
Jabatan : Direktur
Nama Perusahaan : PT Captain Marine Indonesia

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Bayu Tri Gumelar
NIM : 20190500006
Universitas : Universitas Buddhi Dharma

Adalah benar telah melakukan penelitian pada PT Captain Marine Indonesia dalam bentuk pengumpulan data untuk keperluan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Diving Pada PT Captain Marine Indonesia”**. Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar benarnya, agar dapat digunakan sebagai mana mestinya.

Jakarta, 14 Maret 2023



Direktur

0813-8838-6628
021 2295 3188
021 2258 2933

sales@captainmarine.id

Gedung Ciputra International Tokopedia Care Lantai 16 unit 38
Jalan Lingkar Luar Barat No. 101 Cengkareng Jakarta Barat

1. Berikan checklist (√) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan Anda.
2. Dalam menjawab pernyataan kuesioner ini, sebaiknya Anda memberikan jawaban yang sejujur - jujur.

LAMPIRAN 2

KUESIONER TENTANG KUALITAS PRODUK

NO	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
1	Jenis produk yang dijual di Website Captain Marine beragam.					
2	Captain Marine selalu memberi kualitas yang membedakan dari produk lainnya					
3	Captain Marine selalu memperhatikan kinerja produk.					
4	Captain Marine selalu mengutamakan kehandalan kualitas produk yang dijualnya.					
5	Captain Marine selalu mengutamakan ketahanan produk untuk pelanggannya.					
6	Captain Marine selalu menyediakan kualitas produk sesuai harga.					
7	Captian Marine selalu memberikan pilihan design sesuai kebutuhan.					
8	Captain Marine selalu mengutamakan kualitas produk yang dijual.					
9	Kualitas sesuai harga yang ditawarkan oleh Captain Marine					
10	Captain marine selalu memenuhi kualitas produk sesuai kebutuhan.					

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

CS : Cukup Setuju
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju

LAMPIRAN 3

KUESIONER TENTANG PROMOSI

NO	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
1	Captain Marine melakukan promosi penjualan melalui media elektronik					
2	Captain Marine menawarkan program member kepada pelanggannya					
3	Captain Marine memberlakukan program reward					
4	Captain Marine melakukan promosi untuk menarik perhatian pelanggannya.					
5	Komunikasi langsung kepada pelanggan sebagai bagian dari promosi Captain Marine					
6	Pembayaran dengan Debit mendapatkan Cashback					
7	Captain Marine memberikan merchandise berupa sticker pada masa promosi					
8	Pemberian hadiah pada masa promosi menarik minat anda					
9	Tatap muka langsung lebih baik dalam promosi					
10	Intensitas iklan Captain Marine di media elektronik akan sangat efektif					

Keterangan,

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

CS : Cukup Setuju
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju

LAMPIRAN 4

KUESIONER TENTANG HARGA

NO	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
1	Captain Marine selalu memberikan perbandingan harga yang cukup jelas.					
2	Captain Marine selalu memberikan daftar harga yang memudahkan pembelian.					
3	Captain Marine selalu memberikan harga sesuai kualitas					
4	Captain Marine selalu memberikan potongan harga.					
5	Captain Marine selalu memberikan persaingan harga yang memudahkan pembelian.					
6	Saya merasakan kemudahan transaksi dalam melakukan pembayaran di Captain Marine.					
7	Harga yang terdapat di Captain Marine sangat terjangkau.					
8	Harga yang dicantumkan saat akan melakukan pembayaran sesuai daftar harga.					
9	Saya percaya Captain Marine mengutamakan kualitas.					

10	Saya percaya Captain Marine memberikan harga sesuai merek.					
----	--	--	--	--	--	--

Keterangan,

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

CS : Cukup Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

LAMPIRAN 5

KUESIONER KEPUTUSAN PEMBELIAN

NO	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
1	Keputusan pembeli di Captain Marine berdasarkan jenis produk yang dipilih.					
2	Bentuk produk yang dijual oleh Captain Marine menentukan pembelian.					
3	Kegunaan produk di Captain Marine selalu menentukan keputusan pembelian.					
4	Perbandingan setiap harga di Captain Marine selalu menentukan keputusan pembelian					
5	Merek yang dipilih di Captain Marine menentukan keputusan pembelian					
6	Jumlah produk yang dibeli di Captain Marine menentukan pembelian.					
7	Waktu pembelian mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian di Captain Marine					
8	Cara pembayaran mempengaruhi keputusan pembelian di Captain Marine.					
9	Kualitas produk yang di Captain Marine menentukan keputusan pembelian.					
10	Tampilan produk mempengaruhi keputusan pembelian dalam melakukan pembelian di Captain Marine					

STS : Sangat Tidak Setuju

31	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	24
32	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	33
33	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	21
34	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	32
35	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	25
36	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	24
37	4	3	3	4	2	3	3	2	2	2	28
38	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
40	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	35
41	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	34
42	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	19
43	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	24
44	3	4	3	3	3	5	4	3	4	4	36
45	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	34
46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	19
47	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	24
48	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	33
49	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	21
50	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	32
51	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	25
52	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	24
53	3	4	5	3	2	3	3	2	3	2	30
54	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	33
55	3	4	5	3	3	3	4	3	4	4	36
56	4	3	5	4	3	5	3	3	4	4	38
57	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	34
58	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	19
59	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	24
60	3	4	4	4	3	5	4	3	4	4	38
61	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
62	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
63	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	24
64	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	34
65	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	21
66	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	32
67	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	25
68	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	23
69	4	4	4	4	2	3	3	2	3	2	31
70	5	4	3	3	3	4	3	4	3	3	35
71	4	5	4	3	3	3	4	3	4	4	37
72	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	39
73	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	33
74	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	19
75	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	24

76	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	38
77	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	34
78	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	19
79	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	24
80	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	34
81	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	21
82	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	32
83	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	25
84	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	25
85	4	4	4	3	2	3	3	2	3	2	30
86	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	31
87	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	33
88	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
89	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	34
90	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	19
91	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	24
92	4	3	4	4	3	5	4	3	4	4	38
93	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	34
94	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	19
95	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	24
96	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	34
97	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	21
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	32
99	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	25
100	4	3	2	2	2	3	2	3	2	2	25

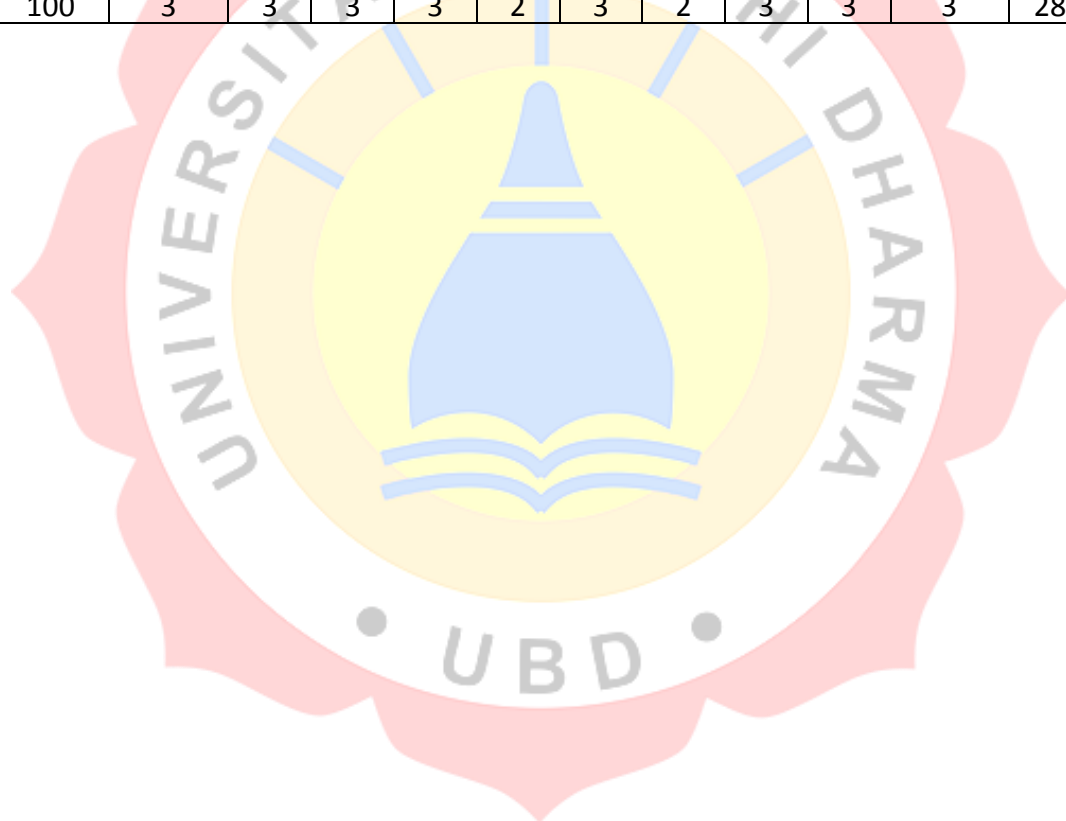
LAMPIRAN 7

Tabulasi Variabel Promosi (X2)

n	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	X2
1	4	3	4	5	3	4	4	3	3	3	36
2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	22
3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	28
4	4	2	3	4	3	2	3	4	3	4	32
5	5	4	3	2	4	4	5	3	2	3	35
6	3	5	3	2	3	3	3	3	2	3	30
7	4	3	5	4	5	3	4	2	4	2	36
8	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	31
9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
10	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	22
11	4	3	2	2	3	4	4	2	2	2	28
12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
13	4	4	2	4	3	4	4	3	3	3	34
14	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	22
15	3	3	3	2	3	2	3	5	3	3	30
16	4	4	3	4	3	2	3	2	4	3	32
17	5	4	3	2	4	4	5	3	2	3	35
18	3	5	3	3	3	3	3	2	2	3	30
19	4	3	2	4	5	3	4	5	4	2	36
20	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	31
21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
22	2	3	2	2	2	2	2	3	2	5	25
23	4	3	2	2	3	3	4	2	3	2	28
24	3	2	2	2	2	2	2	5	2	2	24
25	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
26	4	4	3	4	3	2	3	2	3	3	31
27	5	4	3	2	4	4	3	3	3	3	34
28	4	3	5	4	5	3	4	3	3	2	36
29	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
30	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
31	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	22
32	3	3	2	2	3	4	3	2	4	2	28
33	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
34	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34

35	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	22
36	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	28
37	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	32
38	5	4	3	2	4	4	2	3	5	3	35
39	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	30
40	4	3	2	4	5	3	4	5	4	2	36
41	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
42	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
43	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	22
44	4	3	5	4	4	3	4	3	4	2	36
45	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	31
46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
47	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	22
48	4	3	2	2	4	3	4	2	2	2	28
49	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
50	2	4	4	4	3	4	4	3	3	3	34
51	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	22
52	2	3	2	3	3	2	3	4	3	3	28
53	4	4	3	3	3	2	3	2	4	4	32
54	5	4	3	2	4	3	3	3	5	3	35
55	3	5	3	3	3	3	2	3	2	3	30
56	4	3	5	4	2	3	4	5	4	2	36
57	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	31
58	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
59	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	22
60	4	3	5	4	3	3	3	5	4	2	36
61	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	31
62	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
63	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	22
64	4	3	2	2	4	3	4	2	2	2	28
65	4	3	3	4	3	2	3	2	4	4	32
66	2	4	3	2	4	4	5	3	5	3	35
67	3	3	3	2	3	3	4	3	2	3	29
68	4	3	3	3	5	3	4	5	4	2	36
69	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
70	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
71	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	22
72	4	3	5	4	4	3	4	3	4	2	36
73	3	4	2	4	3	3	2	3	3	3	30
74	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
75	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	22
76	4	3	5	4	5	3	4	4	2	2	36
77	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
78	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
79	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	22
80	4	3	2	2	4	3	3	2	3	2	28
81	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
82	4	4	5	3	3	4	3	3	2	3	34
83	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	22

84	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	28
85	4	4	3	2	3	2	3	4	3	4	32
86	5	4	3	2	3	4	5	3	3	3	35
87	3	5	3	3	3	3	2	3	2	3	30
88	4	3	4	4	3	3	4	5	4	2	36
89	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31
90	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
91	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	22
92	4	3	4	4	5	3	4	3	4	2	36
93	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
94	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
95	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	22
96	4	3	2	2	3	3	4	2	3	2	28
97	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
98	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	34
99	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	22
100	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	28



LAMPIRAN 8

Tabulasi Variabel Harga (X3)

n	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	X3
1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5	33
2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	26
3	4	3	2	2	3	3	2	3	2	2	26
4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	2	30
5	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
6	3	3	5	3	3	3	3	3	4	4	34
7	4	4	3	3	3	5	4	3	4	4	37
8	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	34
9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
10	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	25
11	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	35
12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	22
13	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5	33
14	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	26
15	4	3	2	2	3	3	2	3	2	2	26
16	4	4	3	3	2	3	3	2	3	2	29
17	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
18	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
19	4	4	3	4	3	5	3	3	4	4	37
20	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	35
21	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	24
22	5	2	2	2	3	2	3	2	2	2	25
23	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	37
24	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	22
25	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
26	4	4	3	4	2	2	3	2	2	4	30
27	5	4	3	2	4	4	4	2	2	3	33
28	3	5	5	4	4	4	4	3	3	4	39
29	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	37
30	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	24
31	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	21
32	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	37

33	2	2	2	2	2	3	2	3	3	5	26
34	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	37
35	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	24
36	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
37	4	4	4	4	2	2	3	4	3	4	34
38	5	3	3	2	4	4	5	3	3	3	35
39	3	4	5	4	3	3	4	5	5	3	39
40	5	5	4	4	4	5	4	3	3	4	41
41	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	37
42	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	24
43	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	21
44	5	5	5	4	4	5	3	3	3	4	41
45	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	37
46	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	24
47	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	21
48	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	37
49	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	23
50	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	37
51	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	24
52	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
53	4	4	4	4	2	2	3	4	3	4	34
54	5	4	3	2	4	4	4	3	3	3	35
55	3	5	5	4	3	3	4	4	5	3	39
56	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	41
57	5	4	3	4	3	3	4	4	4	3	37
58	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	24
59	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	21
60	5	5	5	4	4	5	3	3	3	4	41
61	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	37
62	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	24
63	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	21
64	5	5	5	4	4	5	3	3	3	4	41
65	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	37
66	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	24
67	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	21
68	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	37
69	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	23
70	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	37
71	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	24
72	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
73	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	34
74	5	4	3	2	4	4	5	3	2	3	35
75	3	5	5	4	3	3	4	5	4	3	39
76	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	41
77	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	37
78	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	24

79	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	21
80	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	41
81	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	37
82	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	24
83	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	21
84	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	37
85	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	23
86	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	37
87	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	24
88	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
89	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	34
90	5	4	3	2	4	4	4	3	3	3	35
91	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
92	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	26
93	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	35
94	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	25
95	3	4	2	2	3	2	2	3	2	4	27
96	4	3	3	4	2	3	3	2	3	2	29
97	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
98	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	37
99	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	35
100	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20

LAMPIRAN 9

Tabulasi Varibel Keputusan Pembelian (Y)

n	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	Y
1	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	42
2	3	2	3	2	3	2	4	5	5	2	31
3	3	3	5	3	5	3	3	4	5	3	37
4	4	5	5	4	4	3	3	4	5	4	41
5	5	4	5	2	4	3	5	5	4	5	42
6	5	5	5	4	5	5	5	3	4	3	44
7	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
8	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
9	3	2	5	3	3	5	3	2	2	2	30
10	2	3	3	3	3	5	2	3	2	2	28
11	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
12	2	2	2	5	2	3	3	2	2	5	28
13	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
14	3	2	3	2	5	2	3	3	3	5	31

15	3	3	5	3	3	5	3	4	4	5	38
16	4	4	5	5	5	3	5	3	4	3	41
17	5	4	5	2	4	3	5	5	4	5	42
18	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	45
19	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
20	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	44
21	3	2	5	2	2	2	3	5	5	2	31
22	2	2	2	2	2	5	5	2	2	4	28
23	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	44
24	5	2	5	2	2	2	5	2	2	2	29
25	5	3	5	3	5	3	3	3	3	3	36
26	5	5	4	5	2	2	5	3	2	4	37
27	5	4	5	2	4	4	5	3	3	5	40
28	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
29	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
30	3	2	3	2	2	5	3	3	3	4	30
31	2	2	2	2	5	3	3	5	2	2	28
32	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	44
33	2	2	2	2	5	3	3	3	3	5	30
34	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	46
35	3	2	3	2	2	4	3	5	5	2	31
36	3	3	3	3	5	5	5	4	4	3	38
37	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	41
38	5	4	5	2	4	4	5	5	5	3	42
39	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	46
40	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
41	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	44
42	3	2	3	2	5	2	3	3	3	5	31
43	2	2	5	2	2	3	3	2	2	5	28
44	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
45	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	44
46	3	2	5	2	2	2	3	5	5	2	31
47	2	2	2	2	2	5	3	3	4	3	28
48	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
49	2	2	2	2	2	5	3	5	5	2	30
50	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
51	3	2	5	2	2	4	3	5	3	2	31
52	3	5	3	3	3	5	3	4	4	5	38
53	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	41
54	5	4	5	2	4	4	5	5	5	3	42
55	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	46
56	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
57	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
58	3	2	5	2	2	4	3	5	3	2	31
59	2	2	2	2	2	5	3	3	4	3	28
60	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48

61	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	44
62	3	2	3	2	2	2	3	5	5	4	31
63	2	4	2	2	2	4	2	4	2	4	28
64	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
65	2	2	2	2	2	5	4	3	5	3	30
66	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	44
67	3	2	3	2	2	2	3	5	5	4	31
68	3	3	5	3	3	5	5	4	4	3	38
69	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	41
70	5	4	5	2	4	4	5	5	3	5	42
71	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	46
72	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
73	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
74	5	2	5	2	2	2	5	3	3	2	31
75	3	4	2	2	2	5	4	2	2	2	28
76	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
77	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	44
78	3	2	5	2	2	4	3	3	5	2	31
79	2	3	2	3	2	5	3	3	2	3	28
80	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
81	2	2	2	2	2	5	3	5	5	2	30
82	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
83	3	2	5	2	2	4	3	5	3	2	31
84	3	5	3	5	3	5	3	4	4	3	38
85	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	41
86	5	4	5	2	4	4	5	3	5	5	42
87	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	46
88	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
89	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
90	3	2	5	2	2	4	3	5	3	2	31
91	2	2	4	2	2	5	4	3	2	2	28
92	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
93	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
94	3	2	5	2	2	2	3	5	5	2	31
95	3	3	2	4	2	3	3	4	2	2	28
96	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
97	2	2	2	2	2	5	3	5	5	2	30
98	5	4	5	5	3	5	4	4	4	5	44
99	3	2	5	2	2	4	3	3	5	2	31
100	5	3	3	5	3	3	3	4	4	5	38

Lampiran 10 Hasil Uji Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X1)

**TABULASI FREKUENSI KUALITAS PRODUK
(X1)**

X1.1

Frequency		Percent		Valid Percent		Cumulative Percent
Valid	TS	22	22.0	23.0		23.0
	CS	51	51.0	51.0		74.0
	S	25	25.0	25.0		99.0
	SS	2	2.0	2.0		100.0
	Total	100	100.0	100.0		

X1.2

Frequency		Percent		Valid Percent		Cumulative Percent
Valid	TS	25	25.0	25.0		25.0
	CS	45	45.0	45.0		70.0
	S	29	29.0	29.0		99.0
	SS	1	1.0	1.0		100.0
	Total	100	100.0	100.0		

X1.3

Frequency		Percent		Valid Percent		Cumulative Percent
Valid	TS	43	43.0	43.0		43.0
	CS	41	42.0	42.0		85.0
	S	12	12.0	12.0		96.0

SS	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.4

Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	31	31.0	31.0	31.0
CS	42	42.0	42.0	73.0
S	25	25.0	25.0	99.0
SS	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.5

Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	2	2.0	2.0	2.0
TS	45	45.0	45.0	46.0
CS	51	51.0	51.0	97.0
S	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.6

Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1.0	1.0	1.0
TS	37	37.0	37.0	38.0
CS	40	40.0	40.0	78.0
S	13	13.0	13.0	92.0
SS	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.7

Frequency		Percent		Cumulative Percent	
Valid	STS	2	2.0	2.0	1.0
	TS	30	30.0	30.0	31.0
	CS	46	46.0	46.0	77.0
	S	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



X1.8

Frequency		Percent		Valid Percent		Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.0	5.0		5.0
	TS	36	36.0	36.0		41.0
	CS	55	55.0	55.0		96.0
	S	4	4.0	4.0		100.0
	Total	100	100.0	100.0		

X1.9

Frequency		Percent		Valid Percent		Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0		2.0
	TS	27	27.0	27.0		27.0
	CS	42	42.0	42.0		71.0
	S	29	29.0	29.0		100.0
	Total	100	100.0	100.0		

X1.10

Frequency		Percent		Valid Percent		Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0		3.0
	TS	33	33.0	33.0		35.0
	CS	42	42.0	42.0		77.0
	S	20	20.0	20.0		98.0
	SS	2	2.0	2.0		100.0
	Total	100	100.0	100.0		

Lampiran 11 Hasil Uji Frekuensi Variabel Promosi (X2)

TABULASI FREKUENSI PROMOSI (X2)

X2.1

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	28	28.0	28.0	28.0
	CS	36	36.0	36.0	64.0
	S	30	30.0	30.0	94.0
	SS	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	32	32.0	32.0	32.0
	CS	44	44.0	44.0	76.0
	S	20	20.0	20.0	96.0
	SS	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	48	48.0	48.0	48.0
	CS	30	30.0	30.0	78.0
	S	14	14.0	14.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.4

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	55	55.0	55.0	55.0
	CS	20	20.0	20.0	75.0
	S	24	24.0	24.0	99.0
	SS	1	1.0	1.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.5

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	39	39.0	39.0	39.0
	CS	43	43.0	43.0	82.0
	S	11	11.0	11.0	93.0
	SS	7	7.0	7.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.6

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	42	42.0	42.0	42.0
	CS	45	45.0	45.0	87.0
	S	13	13.0	13.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.7

Frequency		Valid Percent		Cumulative Percent	
		Percent		Percent	
Valid	TS	44	44.0	44.0	44.0
	CS	28	28.0	28.0	72.0
	S	24	24.0	24.0	96.0
	SS	4	4.0	4.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.8

Frequency		Valid Percent		Cumulative Percent	
		Percent		Percent	
Valid	TS	46	46.0	46.0	46.0
	CS	42	42.0	42.0	88.0
	S	4	4.0	4.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.9

Frequency		Valid Percent		Cumulative Percent	
		Percent		Percent	
Valid	TS	40	40.0	40.0	40.0
	CS	43	43.0	43.0	83.0
	S	14	14.0	14.0	97.0
	SS	3	3.0	3.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.10

Frequency		Valid Percent		Cumulative Percent	
		Percent		Percent	
Valid	TS	54	54.0	54.0	54.0
	CS	41	41.0	41.0	95.0
	S	4	4.0	4.0	99.0
	SS	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Lampiran 12 Hasil Uji Frekuensi Variabel Harga (X3)

TABULASI FREKUENSI HARGA (X3)

X3.1

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	20	20.0	20.0	20.0
	CS	35	35.0	35.0	55.0
	S	15	15.0	15.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.2

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	31	31.0	31.0	31.0
	CS	22	22.0	22.0	53.0
	S	37	37.0	37.0	90.0
	SS	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.3

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	31	31.0	31.0	31.0
	CS	37	37.0	37.0	68.0
	S	21	21.0	21.0	89.0
	SS	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.4

Frequency		Valid Percent		Cumulative Percent	
		Percent		Percent	
Valid	TS	39	39.0	39.0	39.0
	CS	24	24.0	24.0	63.0
	S	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.5

Frequency		Valid Percent		Cumulative Percent	
		Percent		Percent	
Valid	TS	43	43.0	43.0	43.0
	CS	44	44.0	44.0	87.0
	S	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.6

Frequency		Valid Percent		Cumulative Percent	
		Percent		Percent	
Valid	TS	34	34.0	34.0	34.0
	CS	44	44.0	44.0	78.0
	S	16	16.0	16.0	94.0
	SS	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.7

Frequency		Valid Percent		Cumulative Percent	
		Percent		Percent	
Valid	TS	17	17.0	17.0	17.0
	CS	49	49.0	49.0	66.0
	S	32	32.0	32.0	98.0
	SS	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.8

Frequency			Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	26	26.0	26.0
	CS	53	53.0	79.0
	S	19	19.0	98.0
	SS	2	2.0	100.0
	Total	100	100.0	

X3.9

Frequency			Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	21	21.0	21.0
	CS	48	48.0	69.0
	S	29	29.0	98.0
	SS	2	2.0	100.0
	Total	100	100.0	

X3.10

Frequency			Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	35	35.0	35.0
	CS	40	40.0	75.0
	S	22	22.0	97.0
	SS	3	3.0	100.0
	Total	100	100.0	

Lampiran 13 Hasil Uji Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian

TABULASI FREKUENSI KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Y1

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	15	15.0	15.0	15.0
	CS	26	26.0	26.0	41.0
	S	6	6.0	6.0	47.0
	SS	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	31	31.0	31.0	31.0
	CS	9	9.0	9.0	40.0
	S	36	36.0	36.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y3

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	14	14.0	14.0	14.0
	CS	12	12.0	12.0	26.0
	S	28	28.0	28.0	54.0
	SS	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y4

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	38	38.0	38.0	38.0
	CS	10	10.0	10.0	48.0
	S	38	38.0	38.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y5

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	30	30.0	30.0	30.0
	CS	13	13.0	13.0	43.0
	S	13	13.0	13.0	56.0
	SS	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y6

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	11	11.0	11.0	11.0
	CS	18	18.0	18.0	29.0
	S	22	22.0	22.0	51.0
	SS	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y7

Frequency		Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	CS	35	35.0	35.0	37.0
	S	33	33.0	33.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y8

Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6.0	6.0
	CS	19	19.0	25.0
	S	40	40.0	65.0
	SS	35	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Y9

Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	13	13.0	13.0
	CS	12	12.0	25.0
	S	40	40.0	65.0
	SS	35	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Y10

Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	22	22.0	22.0
	CS	13	13.0	35.0
	S	16	16.0	51.0
	SS	49	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Lampiran 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk

(X1)

Case Processing Summary

N %

Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on	
	Standardized Items	N of Items
.928	.930	10

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	25.6400	29.788	.661	.511	.924
X1.2	25.6100	28.685	.776	.640	.918
X1.4	25.7100	28.733	.735	.594	.920
X1.3	25.9200	28.559	.735	.574	.920
X1.5	26.1200	30.733	.702	.653	.923
X1.7	25.7700	28.745	.770	.679	.919
X1.6	25.7700	27.048	.785	.654	.918
X1.8	26.0900	30.224	.700	.689	.923
X1.9	25.6900	28.176	.809	.715	.916
X1.10	25.8000	29.414	.601	.445	.928

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X2)

Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi (X2)

Case Processing Summary

N %

Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.876	.874	10

Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
X2.1	25.0000	26.000	.694	.559	.856
X2.2	25.1800	27.604	.561	.514	.867
X2.3	25.3200	26.018	.639	.516	.861
X2.4	25.4300	26.934	.609	.512	.863
X2.5	25.2800	25.719	.752	.675	.852
X2.6	25.4300	28.106	.632	.542	.863
X2.7	25.2600	25.851	.699	.639	.856
X2.8	25.4000	27.636	.521	.314	.870
X2.9	25.3400	28.227	.514	.321	.870
X2.10	25.6200	30.299	.359	.340	.879

Hasil Uji Realibilitas Variabel Harga (X3)

Uji Validitas dan Reliabilitas Harga (X3)

Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.918	.919	10

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	27.2100	32.935	.725	.687	.910
X3.2	27.5000	32.172	.902	.859	.896
X3.3	27.6400	33.324	.821	.742	.902
X3.4	27.7800	34.860	.765	.742	.906
X3.5	28.0600	36.724	.759	.840	.908
X3.6	27.8200	36.513	.603	.702	.915
X3.7	27.5700	36.995	.672	.589	.911
X3.8	27.7900	37.905	.566	.498	.916
X3.9	27.6400	37.606	.578	.597	.916
X3.10	27.8300	36.829	.596	.497	.915

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

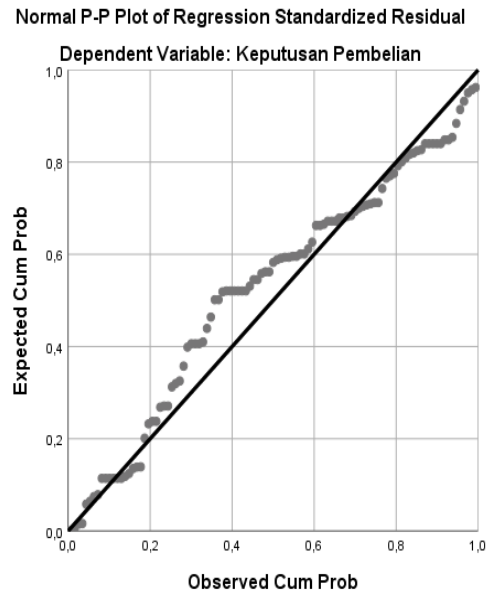
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.847	.840	10

Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Item Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
Y1	34.5100	37.202	.823	.799	.804
Y2	34.9500	37.301	.830	.750	.804
Y3	34.4200	43.175	.438	.481	.842
Y4	35.2000	40.000	.652	.624	.823
Y5	34.7700	37.977	.672	.542	.820
Y6	34.3900	46.402	.207	.168	.861
Y7	34.5700	43.662	.541	.517	.834
Y8	34.4400	46.309	.282	.427	.852
Y9	34.5100	44.030	.412	.426	.844
Y10	34.5600	39.905	.585	.532	.829

Lampiran 15 Hasil uji asumsi klasik

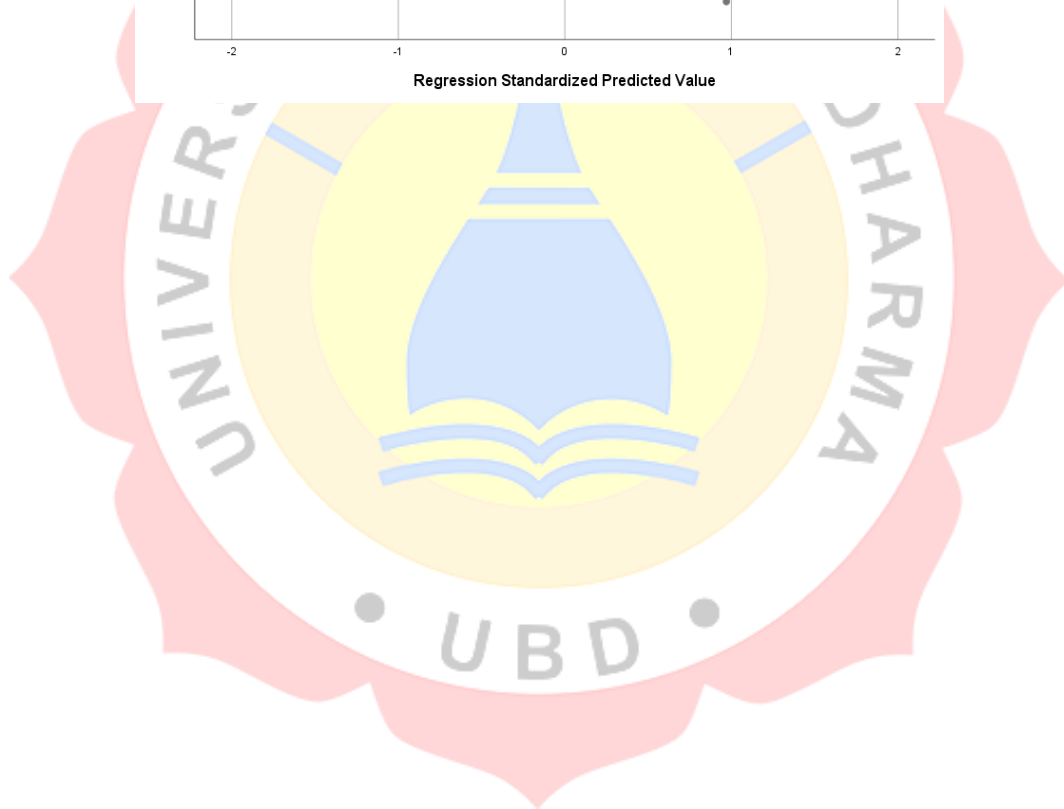
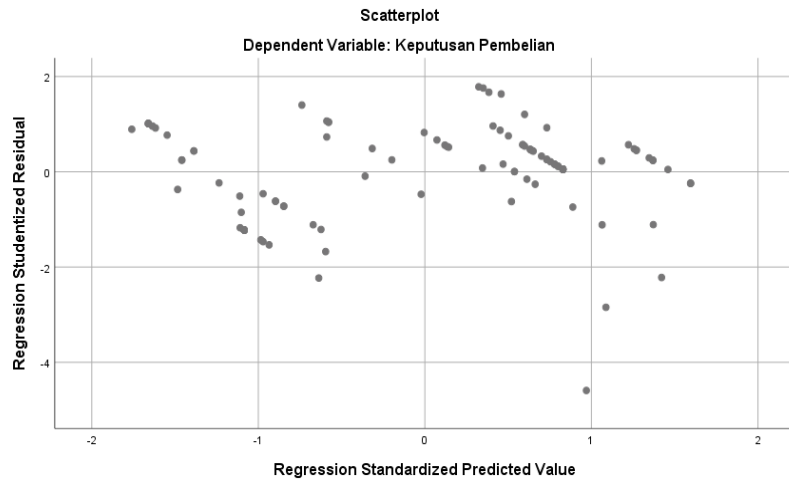
Hasil Uji Normalitas P-P Plot



Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KUALITAS_PRODUK	1.000	1.000
2	(Constant)		
	KUALITAS_PRODUK	.405	2.467
	PROMOSI	.405	2.467
3	(Constant)		
	KUALITAS_PRODUK	.372	2.691
	PROMOSI	.385	2.599
	HARGA	.617	1.621

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 16 Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Korelasi Berganda Corelations

		KEPUTUSAN_PEMBELIAN	KUALITAS_PRODUK	PROMOSI	HARGA
Pearson Correlation	KEPUTUSAN_PEMBELIAN	1.000	.916	.834	.654
	KUALITAS_PRODUK	.916	1.000	.771	.592
	PROMOSI	.834	.771	1.000	.572
	HARGA	.654	.592	.572	1.000
Sig. (1-tailed)	KEPUTUSAN_PEMBELIAN	.	.000	.000	.000
	KUALITAS_PRODUK	.000	.	.000	.000
	PROMOSI	.000	.000	.	.000
	HARGA	.000	.000	.000	.
N	KEPUTUSAN_PEMBELIAN	100	100	100	100
	KUALITAS_PRODUK	100	100	100	100
	PROMOSI	100	100	100	100
	HARGA	100	100	100	100

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R2) Model Summary^d

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.916 ^a	.839	.837	2.85749	.839	509.330	1	98	.000
2	.938 ^b	.879	.877	2.48633	.040	32.443	1	97	.000
3	.943 ^c	.888	.885	2.40102	.009	8.015	1	96	.006
a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK									
b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK, PROMOSI									
c. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK, PROMOSI, HARGA									

Hasil Uji T Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Partial	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.347	1.409		5.213	.000					
	KUALITAS_PRODUK	1.086	.048	.916	22.568	.000	.916	.916	.916	1.000	1.000
2	(Constant)	4.763	1.307		3.643	.000					
	KUALITAS_PRODUK	.797	.066	.672	12.121	.000	.916	.776	.428	.405	2.467
	PROMOSI	.386	.068	.316	5.696	.000	.834	.501	.201	.405	2.467
3	(Constant)	3.487	1.341		2.601	.011					
	KUALITAS_PRODUK	.743	.066	.626	11.200	.000	.916	.753	.382	.372	2.691
	PROMOSI	.344	.067	.281	5.109	.000	.834	.462	.174	.385	2.599
	HARGA	.131	.046	.123	2.831	.006	.654	.278	.097	.617	1.621

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4158.797	1	4158.797	509.330	.000 ^b
	Residual	800.193	98	8.165		
	Total	4958.990	99			
2	Regression	4359.352	2	2179.676	352.594	.000 ^c
	Residual	599.638	97	6.182		
	Total	4958.990	99			
3	Regression	4405.558	3	1468.519	254.734	.000 ^d
	Residual	553.432	96	5.765		
	Total	4958.990	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK

c. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK, PROMOSI

d. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK, PROMOSI, HARGA

Lampiran 17
Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595

43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
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 r untuk $df = 1 - 50$

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
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800

13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

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



Lampiran 18

Tabel Uji F

$\alpha = 0,05$	$df_1=(k-1)$							
$df_2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.44 ₈	199.500	215.70 ₇	224.583	230.162	233.98 ₆	236.768	238.883
2	18.513	19.000	19.164	19.247	19.296	19.330	19.353	19.371
3	10.128	9.552	9.277	9.117	9.013	8.941	8.887	8.845
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256	6.163	6.094	6.041
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.050	4.950	4.876	4.818
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387	4.284	4.207	4.147
7	5.591	4.737	4.347	4.120	3.972	3.866	3.787	3.726
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687	3.581	3.500	3.438
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482	3.374	3.293	3.230
10	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326	3.217	3.135	3.072
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204	3.095	3.012	2.948
12	4.747	3.885	3.490	3.259	3.106	2.996	2.913	2.849
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025	2.915	2.832	2.767
14	4.600	3.739	3.344	3.112	2.958	2.848	2.764	2.699
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901	2.790	2.707	2.641
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852	2.741	2.657	2.591
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.810	2.699	2.614	2.548
18	4.414	3.555	3.160	2.928	2.773	2.661	2.577	2.510
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.740	2.628	2.544	2.477
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711	2.599	2.514	2.447
21	4.325	3.467	3.072	2.840	2.685	2.573	2.488	2.420
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661	2.549	2.464	2.397
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.640	2.528	2.442	2.375
24	4.260	3.403	3.009	2.776	2.621	2.508	2.423	2.355
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603	2.490	2.405	2.337
26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587	2.474	2.388	2.321
27	4.210	3.354	2.960	2.728	2.572	2.459	2.373	2.305
28	4.196	3.340	2.947	2.714	2.558	2.445	2.359	2.291
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545	2.432	2.346	2.278
30	4.171	3.316	2.922	2.690	2.534	2.421	2.334	2.266
31	4.160	3.305	2.911	2.679	2.523	2.409	2.323	2.255
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512	2.399	2.313	2.244
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503	2.389	2.303	2.235
34	4.130	3.276	2.883	2.650	2.494	2.380	2.294	2.225
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485	2.372	2.285	2.217
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477	2.364	2.277	2.209
37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.470	2.356	2.270	2.201
38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463	2.349	2.262	2.194
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456	2.342	2.255	2.187
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449	2.336	2.249	2.180
41	4.079	3.226	2.833	2.600	2.443	2.330	2.243	2.174
42	4.073	3.220	2.827	2.594	2.438	2.324	2.237	2.168
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432	2.318	2.232	2.163
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427	2.313	2.226	2.157
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422	2.308	2.221	2.152
46	4.052	3.200	2.807	2.574	2.417	2.304	2.216	2.147
47	4.047	3.195	2.802	2.570	2.413	2.299	2.212	2.143
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409	2.295	2.207	2.138
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404	2.290	2.203	2.134
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400	2.286	2.199	2.130
51	4.030	3.179	2.786	2.553	2.397	2.283	2.195	2.126

52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393	2.279	2.192	2.122
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	2.275	2.188	2.119
54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386	2.272	2.185	2.115
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383	2.269	2.181	2.112
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380	2.266	2.178	2.109
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377	2.263	2.175	2.106
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	2.260	2.172	2.103
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	2.257	2.169	2.100
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	2.254	2.167	2.097
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366	2.251	2.164	2.094
62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.363	2.249	2.161	2.092
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361	2.246	2.159	2.089
64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358	2.244	2.156	2.087
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356	2.242	2.154	2.084
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354	2.239	2.152	2.082
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352	2.237	2.150	2.080
68	3.982	3.132	2.740	2.507	2.350	2.235	2.148	2.078
69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348	2.233	2.145	2.076
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231	2.143	2.074
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344	2.229	2.142	2.072
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342	2.227	2.140	2.070
73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340	2.226	2.138	2.068
74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338	2.224	2.136	2.066
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337	2.222	2.134	2.064
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335	2.220	2.133	2.063
77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333	2.219	2.131	2.061
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332	2.217	2.129	2.059
79	3.962	3.112	2.720	2.487	2.330	2.216	2.128	2.058
80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329	2.214	2.126	2.056
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327	2.213	2.125	2.055
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326	2.211	2.123	2.053
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324	2.210	2.122	2.052
84	3.955	3.105	2.713	2.480	2.323	2.209	2.121	2.051
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322	2.207	2.119	2.049
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321	2.206	2.118	2.048
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319	2.205	2.117	2.047
88	3.949	3.100	2.708	2.475	2.318	2.203	2.115	2.045
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317	2.202	2.114	2.044
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316	2.201	2.113	2.043
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315	2.200	2.112	2.042
92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313	2.199	2.111	2.041
93	3.943	3.094	2.703	2.470	2.312	2.198	2.110	2.040
94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311	2.197	2.109	2.038
95	3.941	3.092	2.700	2.467	2.310	2.196	2.108	2.037
96	3.940	3.091	2.699	2.466	2.309	2.195	2.106	2.036
97	3.939	3.090	2.698	2.465	2.308	2.194	2.105	2.035
98	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307	2.193	2.104	2.034
99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306	2.192	2.103	2.033
100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305	2.191	2.103	2.032

