

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Aplikasi Lazada, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Aplikasi Lazada, dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar $3,821 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,98498$
2. Terdapat pengaruh signifikan variabel harga terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Lazada, dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar $2,211 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,98498$
3. Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Lazada, dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar $2,242 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,98498$
4. Kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian di Aplikasi Lazada. Hal ini dibuktikan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan memiliki nilai F tabel $2.70 < F \text{ hitung } 19,124$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$)

Dengan demikian dapat disimpulkan dari hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Implikasi

Implikasi dari penelitian ini terdiri dari implikasi teoritis, implikasi manajerial, dan implikasi metodologi dengan berikut penjelasannya:

1. Implikasi Teoritis

- a. Kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen, karena ketika semua dimensi kualitas ada dalam suatu produk artinya manfaat yang diberikan oleh produk tersebut pasti akan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang akhirnya berdampak pada keputusan pembelian.
- b. Harga merupakan cara membedakan penawaran dari pada pesaingannya. Harga menjadi hal paling terpenting dalam proses keputusan pembelian sehingga harga menjadi pertimbangan bagi konsumen, harga menarik yang diberikan akan mendorong para pelanggan untuk meningkatkan produktivitasnya untuk menggunakan produk.
- c. Kualitas pelayanan turut memiliki pengaruh positif dari sudut pandang konsumen. Kualitas pelayanan berfungsi memberikan kepuasan dan perasaan nyaman kepada konsumen sebesar mungkin. Terlepas konsumen bisa menerima dengan baik atau tidak, pengelola usaha memiliki kewajiban menjaga kepuasan tersebut sesuai dengan fungsi kualitas pelayanan.

2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian telah teruji bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada aplikasi Lazada baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh penting bagi pihak manajerial untuk meningkatkan perhatian terhadap permasalahan keputusan pembelian konsumen dengan pengembangan dan menjaga kualitas produk dengan baik, harga yang lebih bersaing dengan kompetitor lainnya, dan memberikan kualitas pelayanan yang cepat tanggap dalam melayani konsumen.

3. Implikasi Teoritis

Pada implikasi metodologi, penulis menguraikan teknik yang digunakan dalam penelitian. Penulis menggunakan metode kuantitatif dengan alat uji analisis regresi linear berganda, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji t, dan uji F dengan menggunakan data berupa angka-angka yang diolah kembali oleh peneliti. Data yang sudah diolah menghasilkan jawaban atas permasalahan dalam penelitian yang didukung dengan beberapa teori yang sudah dicantumkan.

C. Saran

Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijadikan sebagai pedoman bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan dan menguji

secara lebih baik lagi. Maka dari itu penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Lazada

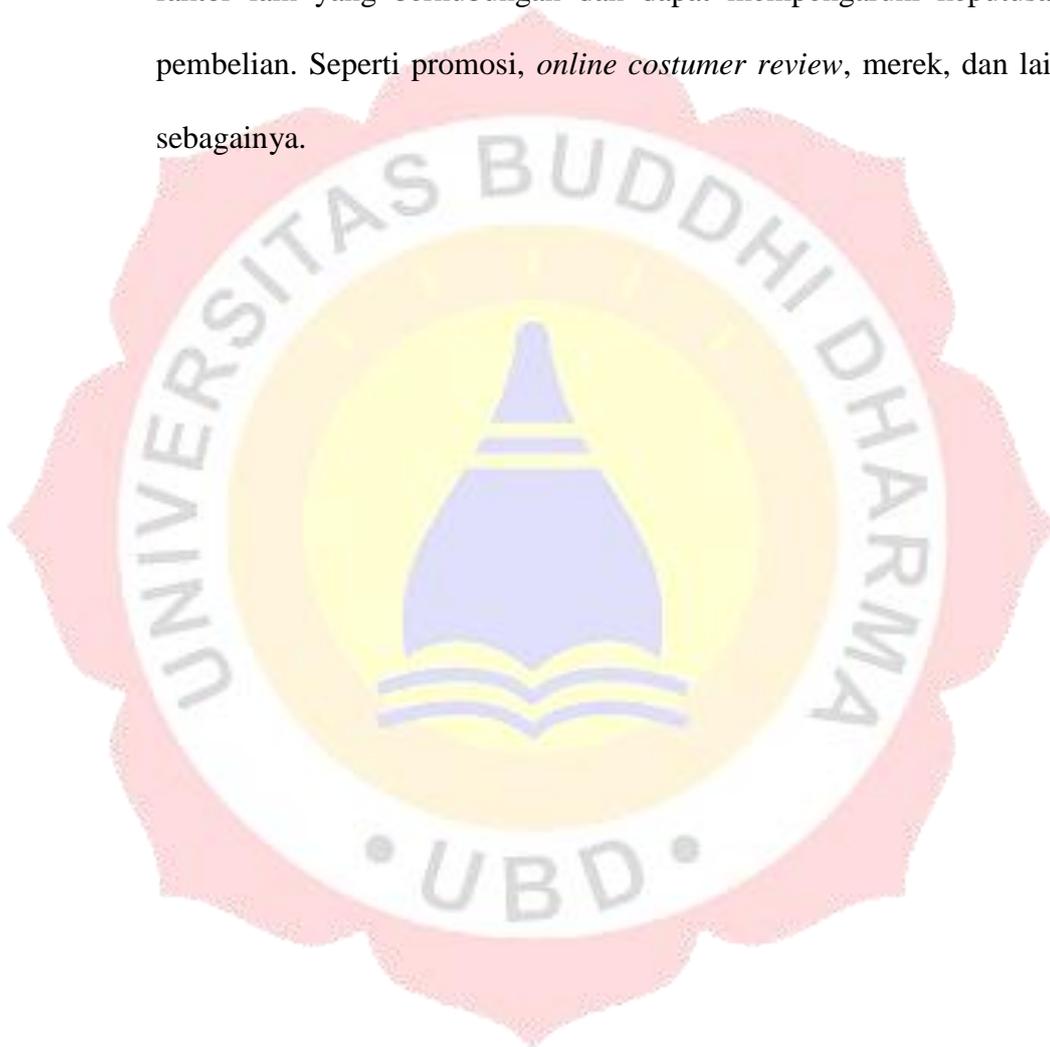
Bagi *marketplace* Lazada untuk kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Marketplace* Lazada perlu meningkatkan kinerja dengan cara memperketat penjual yang ingin memasarkan produknya di Lazada dari segi kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan konsumen mayoritas akan melihat dan mempertimbangkan membeli produk tersebut jika kualitas produknya bagus dan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, harga yang terjangkau maupun murah, serta kualitas pelayanan yang tanggap maupun cepat. Apabila terdapat penjual yang mendapatkan mayoritas penilaian buruk maka pihak Lazada dapat melakukan tindakan dengan cara menonaktifkan akun penjual yang bermasalah.

2. Bagi Penjual

Untuk penjual yang akan membuka toko di Aplikasi Lazada, penjual harus mempersiapkan kualitas produk yang memadai, harga yang dapat digapai konsumen, maupun kualitas pelayanan yang baik agar ketika konsumen ingin membeli produk di toko tersebut penjual dapat mempersiapkan maupun menjelaskan hal yang dibutuhkan oleh konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Karena dalam penelitian ini semua hasil variabel sudah berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka penulis menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti faktor-faktor lain yang berhubungan dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Seperti promosi, *online costumer review*, merek, dan lain sebagainya.



DAFTAR PUSTAKA

- Angelina, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Nainggolan, N. T. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERCETAKAN ANEKA JAYA PEMATANGSIANTAR*.
- Bano, H. (2018). *FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU KAOS SECARA ONLINE DI APLIKASI LAZADA*. 12.
- Dewantoro, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Tokopedia*. http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/83275%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/83275/1/NASKAH_PUBLIKASI.pdf
- Effendi, U. (2021). *Iklan Brosur, Kualitas Produk Dan Citra Merek*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. In A. Tejokusumo (Ed.), *Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro. Variabel Pemoderasi. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana: Vol. 23 (2) (9th ed., Issue 1470)*. Undip.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Millennial* (F. A. Pratama (ed.)). Insania.
- Herry, K., Suryono, E., & Edi, S. (2018). Pengantar Manajemen. In *Pengantar Manajemen*. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-18-8>
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.
- ISMAWATI. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ONLINE SHOPEE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNISMUH MAKASSAR*. 105. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/9084-Full_Text.pdf
- Janamarta, S., Tholok, F. W., Sugandha, S., & Parameswari, R. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Fakultas Bisnis). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 26–34. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1825>
- Lusiah. (2018). *Loyalitas Pelanggan* (D. Permatasari (ed.)). CV BUDI UTAMA.
- Mazuanda. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha di PT. Hasjrat Abadi Cabang Manado. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Nabila, S. I., & Fajar, P. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada*, 1177.

- Nikmah, F., & Madiawati, P. N. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Mayoufit Bandung*. 7(2), 130–136.
- Pratama, R. (2020). *Pengantar Manajemen*. CV BUDI UTAMA.
- Rafi, M., & Budiarmo, A. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN KAFE MOM MILK SEMARANG. In *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC* Tahun. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Sadikin, A., Si, M., Misra, I., & Si, M. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis by Ali Sadikin, S.E., M.Si., Isra Misra, S.E., M.Si., Muhammad Sholeh Hudin (z-lib.org)*.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sholikah, & Mundzir, A. (2021). *Manajemen Pemasaran: Saat Ini dan Masa Depan*.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF R & D*. CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D* (I. Sutopo (ed.); 2nd ed.). CV ALFABETA.
- Supriatna, F. (2020). PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN TANGERANG UNTUK MELAKUKAN PEMBELIAN. *Skripsi*, 80.
- Sutrisna, S. (2022). Prosiding: Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Suasana Toko , Kesadaran Merek Dan Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT . Cara Loe Buat Kopi “ Kopi Clbk ”). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2).
- Tania, L. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Chatime Cabang Supermall Lippo Karawaci*.
- 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)*. 3(41), 48–56.
- Widiyanto, G., Satrianto, H., & Wibowo, F. P. P. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Kota Tangerang (Studi Kasus Peran UKM Pembuatan Makanan Ringan dan Snack). *ECo-Buss*, 3(3), 120–130. <https://doi.org/10.32877/eb.v3i3.208>
- Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (Issue April, p. 79).

Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pelanggan Sinestesa Coffeeshop pati). *Journal Of Managemnt & Business*, 5(c), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Dalvin Kristian
Tanggal Lahir : Tangerang, 12 Desember 2001
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Buddha
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Villa Tangerang Regency 1 Blok JC 4 No. 15
Telepon Genggam : 0896 9924 3873
Email : dlvnkristian@gmail.com
IPK Terakhir : 3.53



Riwayat Pendidikan

SD (2006 – 2013) : SDS PENERUS BANGSA
SMP (2013 – 2016) : SMP TARSISIUS VIRETA
SMA (2016 – 2019) : SMK STRADA DAAN MOGOT
S1 (2019 – 2023) : UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

LAMPIRAN TABEL

Lampiran 1 Data tabel SPSS

Tabel IV.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Laki - Laki	38	38.0	38.0	38.0
	Perempuan	62	62.0	62.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.2 Data Responden Berdasarkan Usia

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	≤ 25 Tahun	78	78.0	78.0	78.0
	> 25 Tahun - 30 Tahun	6	6.0	6.0	84.0
	> 30 - 35 Tahun	5	5.0	5.0	89.0
	>35 - 40 Tahun	2	2.0	2.0	91.0
	> 40 Tahun	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Pendidikan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	SMA/SMK	52	52.0	52.0	52.0
	D1/D2/D3	4	4.0	4.0	56.0
	S1	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi Pernyataan Kualitas Produk (X1)

Tabel IV.4 Sesuai Fungsi X1.1

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	6	6.0	6.0	6.0
	4.00	50	50.0	50.0	56.0
	5.00	44	44.0	44.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel IV.5 Jenis Kualitas Produk X1.2

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	6	6.0	6.0	6.0
	4.00	47	47.0	47.0	53.0
	5.00	47	47.0	47.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel IV.6 Daya Tahan X1.3

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	7	7.0	7.0	8.0
	4.00	51	51.0	51.0	59.0
	5.00	41	41.0	41.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel IV.7 Jaminan Produk X1.4

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	11	11.0	11.0	12.0
	4.00	38	38.0	38.0	50.0
	5.00	50	50.0	50.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel IV.8 Sesuai Permintaan X1.5

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	10	10.0	10.0	11.0
	4.00	36	36.0	36.0	47.0
	5.00	53	53.0	53.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel IV.9 Sesuai Keinginan Konsumen X1.6

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	16	16.0	16.0	16.0
	4.00	43	43.0	43.0	59.0
	5.00	41	41.0	41.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel IV.10 Ukuran Produk X1.7

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	6	6.0	6.0	6.0
	4.00	47	47.0	47.0	53.0
	5.00	47	47.0	47.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel IV.11 Karakteristik Produk X1.8

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	9	9.0	9.0	9.0
	4.00	49	49.0	49.0	58.0
	5.00	42	42.0	42.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel IV.12 Sampel Produk X1.9

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	9	9.0	9.0	9.0
	4.00	44	44.0	44.0	53.0
	5.00	47	47.0	47.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel IV.13 Keunggulan Produk X1.10

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	5	5.0	5.0	6.0
	4.00	44	44.0	44.0	50.0
	5.00	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi Pernyataan Harga (X2)

Tabel IV.14 Daftar Harga X2.1

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	7	7.0	7.0	11.0
	4.00	47	47.0	47.0	58.0
	5.00	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.15 Perbandingan Harga X2.2

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	6.0	6.0	6.0
	3.00	10	10.0	10.0	16.0
	4.00	40	40.0	40.0	56.0
	5.00	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.16 Potongan Harga X2.3

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	6.0	6.0	6.0
	3.00	10	10.0	10.0	16.0
	4.00	47	47.0	47.0	63.0
	5.00	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.17 Harga Terjangkau X2.4

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	5.0	5.0	5.0
	3.00	7	7.0	7.0	12.0
	4.00	40	40.0	40.0	52.0
	5.00	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.18 Harga Murah X2.5

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	6.0	6.0	6.0
	3.00	8	8.0	8.0	14.0
	4.00	49	49.0	49.0	63.0
	5.00	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.19 Harga Bersaing X2.6

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	5.0	5.0	5.0
	3.00	3	3.0	3.0	8.0
	4.00	44	44.0	44.0	52.0
	5.00	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.20 Harga Sesuai Kualitas Produk X2.7

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	7.0	7.0	7.0
	3.00	4	4.0	4.0	11.0
	4.00	43	43.0	43.0	54.0
	5.00	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.21 Kemudahan Bertransaksi X2.8

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	6.0	6.0	6.0
	3.00	2	2.0	2.0	8.0
	4.00	48	48.0	48.0	56.0
	5.00	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.22 Fasilitas Pembayaran X2.9

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	6	6.0	6.0	10.0
	4.00	42	42.0	42.0	52.0
	5.00	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.23 Jangka Waktu Pembayaran X2.10

X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	1	1.0	1.0	2.0
	4.00	50	50.0	50.0	52.0
	5.00	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Uji Frekuensi Kualitas Pelayanan (X3)

Tabel IV.24 Komunikasi X3.1

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	15	15.0	15.0	16.0
	3.00	2	2.0	2.0	18.0
	4.00	41	41.0	41.0	59.0
	5.00	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.25 Komunikasi X3.2

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	15	15.0	15.0	16.0
	3.00	6	6.0	6.0	22.0
	4.00	37	37.0	37.0	59.0
	5.00	41	41.0	41.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel IV.26 Kelengkapan Informasi X3.3

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	11	11.0	11.0	13.0
	3.00	11	11.0	11.0	24.0
	4.00	42	42.0	42.0	66.0
	5.00	34	34.0	34.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel IV.27 Kecepatan Layanan X3.4

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	17	17.0	17.0	17.0
	3.00	9	9.0	9.0	26.0
	4.00	31	31.0	31.0	57.0
	5.00	43	43.0	43.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Tabel IV.28 Layanan Yang Sesuai X3.5

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	16	16.0	16.0	16.0
	3.00	8	8.0	8.0	24.0
	4.00	35	35.0	35.0	59.0
	5.00	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.29 Tanggapan Atas Keluhan X3.6

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	17	17.0	17.0	17.0
	3.00	5	5.0	5.0	22.0
	4.00	47	47.0	47.0	69.0
	5.00	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.30 Kesopanan Pegawai X3.7

X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	16	16.0	16.0	16.0
	3.00	10	10.0	10.0	26.0
	4.00	33	33.0	33.0	59.0
	5.00	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.31 Keramahan Pegawai X3.8

X3.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	13	13.0	13.0	13.0
	3.00	11	11.0	11.0	24.0
	4.00	32	32.0	32.0	56.0
	5.00	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.32 Kemampuan Memahami Konsumen X3.9

X3.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	3.0	3.0	3.0
	2.00	5	5.0	5.0	8.0
	3.00	8	8.0	8.0	16.0
	4.00	44	44.0	44.0	60.0
	5.00	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.33 Pemberian Respon Positif X3.10

X3.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	10	10.0	10.0	11.0
	3.00	6	6.0	6.0	17.0
	4.00	42	42.0	42.0	59.0
	5.00	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Uji Frekuensi Keputusan Pembelian

Tabel IV.34 Kebutuhan Y.1

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	6	6.0	6.0	9.0
	4.00	47	47.0	47.0	56.0
	5.00	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.35 Pelayanan Yang Baik Y.2

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	7	7.0	7.0	8.0
	4.00	39	39.0	39.0	47.0
	5.00	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.36 Manfaat Produk Y.3

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	4	4.0	4.0	5.0
	3.00	4	4.0	4.0	9.0
	4.00	40	40.0	40.0	49.0
	5.00	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.37 Memahami Pelanggan Y.4

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	3	3.0	3.0	7.0
	4.00	32	32.0	32.0	39.0
	5.00	61	61.0	61.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel IV.38 Pengalaman Sendiri Y.5

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.0	2.0	2.0
	3.00	3	3.0	3.0	5.0
	4.00	37	37.0	37.0	42.0
	5.00	58	58.0	58.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel IV.39 Jumlah Pembelian Y.6

Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	4	4.0	4.0	7.0
	4.00	34	34.0	34.0	41.0
	5.00	59	59.0	59.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel IV.40 Waktu Y.7

Y.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	2	2.0	2.0	6.0
	4.00	36	36.0	36.0	42.0
	5.00	58	58.0	58.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.41 Informasi Y.8

Y.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	2	2.0	2.0	5.0
	4.00	43	43.0	43.0	48.0
	5.00	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.42 Kepuasan Y.9

Y.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	1	1.0	1.0	2.0
	4.00	46	46.0	46.0	48.0
	5.00	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.43 Ketersediaan Produk Y.10

		Y.10			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.0	2.0	2.0
	3.00	1	1.0	1.0	3.0
	4.00	45	45.0	45.0	48.0
	5.00	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Tabel IV.44 Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Item-Total Statistics					
	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	39.3100	15.913	.478	.317	.848
X1.2	39.2800	16.143	.422	.259	.852
X1.3	39.3700	14.922	.641	.490	.834
X1.4	39.3200	15.210	.504	.304	.846
X1.5	39.2800	14.810	.592	.397	.838
X1.6	39.4400	14.714	.607	.433	.837
X1.7	39.2800	15.052	.670	.486	.832
X1.8	39.3600	15.687	.489	.301	.847
X1.9	39.3100	14.782	.674	.494	.831
X1.10	39.2600	15.528	.520	.404	.844

Tabel IV.45 Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.855	.855	10

Tabel IV.46 Uji Validitas Harga (X2)

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	38.5700	24.712	.566	.459	.870
X2.2	38.6200	23.592	.630	.569	.865
X2.3	38.6900	23.489	.669	.594	.862
X2.4	38.5300	23.747	.654	.543	.863
X2.5	38.6700	23.678	.659	.565	.863
X2.6	38.4900	24.293	.619	.589	.866
X2.7	38.5600	23.663	.637	.517	.865
X2.8	38.5400	24.615	.560	.623	.871
X2.9	38.5000	24.212	.633	.526	.865
X2.10	38.3900	26.907	.394	.276	.880

Tabel IV.47 Uji Reliabilitas Harga (X2)

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.855	10

Tabel IV.48 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3)

Item-Total Statistics					
	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	36.2100	60.592	.782	.719	.943
X3.2	36.2500	59.260	.853	.781	.940
X3.3	36.3200	61.088	.769	.644	.944
X3.4	36.2700	59.310	.833	.753	.941
X3.5	36.2600	59.790	.830	.734	.941
X3.6	36.3500	60.755	.806	.746	.942
X3.7	36.2800	59.557	.837	.737	.941
X3.8	36.2000	61.333	.753	.637	.945
X3.9	36.1400	62.303	.744	.673	.945
X3.10	36.1500	64.068	.615	.544	.950

Tabel IV.49 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X3)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha Based on Standardized		
Cronbach's Alpha	Items	N of Items
.949	.948	10

Tabel IV.50 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	40.1800	15.725	.357	.354	.813
Y.2	40.0600	15.208	.503	.415	.797
Y.3	40.1400	14.788	.447	.548	.805
Y.4	40.0000	14.020	.666	.694	.777
Y.5	39.9900	14.899	.582	.603	.789
Y.6	40.0100	14.616	.576	.528	.788
Y.7	40.0200	14.747	.536	.552	.793
Y.8	40.0600	15.754	.380	.541	.810
Y.9	40.0100	15.949	.436	.527	.804
Y.10	40.0300	15.524	.481	.502	.799

Tabel IV.51 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha Based on Standardized		
Cronbach's Alpha	Items	N of Items
.814	.816	10

Tabel IV.52 Uji Kolmogorov – Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.38379930
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.106
	Negative	-.111
Test Statistic		.111
Asymp. Sig. (2-tailed)		.100 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Tabel IV.53 Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.210	3.725		4.620	.000		
	KUALITAS_PRODUK	.357	.093	.359	3.821	.000	.737	1.358
	HARGA	.179	.081	.228	2.211	.029	.615	1.627
	KUALITAS_PELAYANA	.100	.045	.202	2.242	.027	.803	1.246
N								

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Tabel IV.54 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.210	3.725		4.620	.000		
	KUALITAS_PRODUK	.357	.093	.359	3.821	.000	.737	1.358
	HARGA	.179	.081	.228	2.211	.029	.615	1.627
	KUALITAS_PELAYANA	.100	.045	.202	2.242	.027	.803	1.246
N								

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Tabel IV.55 Hasil Statistik Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.210	3.725		4.620	.000		
	KUALITAS_PRODUK	.357	.093	.359	3.821	.000	.737	1.358
	HARGA	.179	.081	.228	2.211	.029	.615	1.627
	KUALITAS_PELAYANA	.100	.045	.202	2.242	.027	.803	1.246
N								

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Tabel IV.56 Hasil Uji Statistik F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	677.440	3	225.813	19.124	.000 ^b
	Residual	1133.560	96	11.808		
	Total	1811.000	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, KUALITAS_PRODUK, HARGA

Tabel IV.57 Uji *Adjusted R*²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.612 ^a	.374	.355	3.43626

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, KUALITAS_PRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN



Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Bapak/Ibu

Di Tempat

Dengan hormat,

Perkenalkan nama saya Dalvin Kristian Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Tangerang. Sehubungan dengan penyusunan tugas akhir (skripsi) saya dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Lazada (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada)**, saya bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner berikut ini dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan pendapat masing-masing.

Jawaban yang Bapak/Ibu berikan hanya akan dipergunakan untuk kepentingan akademis dan dijaga kerahasiaannya. Atas waktu, perhatian, dan bantuan yang telah diberikan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

A. Petunjuk Pengisian

1. Kuesioner ini terdiri dari beberapa bagian, yaitu data responden, pernyataan mengenai kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian.

2. Bapak/Ibu cukup memilih salah satu jawaban dengan memberikan tanda *checklist* (√) pada kolom yang tersedia.
3. Ada lima alternatif jawaban yang dapat dipilih dengan keterangan jawaban sebagai berikut:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

KS = Kurang Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

B. Data Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki – laki Perempuan
3. Usia : ≤ 25 Tahun > 35 – 40 Tahun
 > 25 – 30 Tahun > 40 Tahun
 > 30 – 35 Tahun
4. Pendidikan Terakhir : SD D1/D2/D3
 SMP S1
 SMA/SMK S2

1. Kuesioner Tentang Kualitas Produk (X1)

NO.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1	Lazada menawarkan produk sesuai dengan fungsi yang diinginkan konsumen.					
2	Lazada memiliki karakteristik produk dengan bahan dasar yang berkualitas.					
3	Lazada mereferensikan produk sesuai dengan permintaan konsumen.					
4	Lazada memiliki keunggulan produk dibandingkan kompetitor.					
5	Lazada menjual produk sesuai dengan permintaan konsumen.					
6	Kualitas produk lazada sesuai dengan keinginan konsumen.					
7	Lazada memberikan ukuran produk yang sesuai dengan permintaan konsumen.					
8	Lazada menawarkan jenis kualitas produk yang sesuai dengan permintaan konsumen.					
9	Lazada memiliki daya tahan produk yang diharapkan konsumen.					
10	Lazada selalu memberikan jaminan produk pada konsumen.					

2. Kuesioner Tentang Harga (X2)

NO.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1	Daftar harga yang dimiliki Lazada bervariasi menurut ukurannya.					
2	Pemberian diskon dilakukan oleh Lazada dengan syarat dan ketentuan berlaku.					
3	Potongan harga diberikan kepada konsumen Lazada jika membeli dengan jumlah besar.					
4	Lazada memberikan harga yang relatif murah.					
5	Lazada memiliki harga yang terjangkau.					
6	Lazada memiliki harga yang mampu bersaing dengan peralatan lainnya.					
7	Lazada selalu memberikan harapan dalam kesesuaian harga kepada konsumen.					
8	Harga dan merek sesuai dengan keinginan konsumen Lazada.					
9	Lazada memudahkan konsumen saat proses pembayaran kepada konsumen.					
10	Informasi harga yang akurat selalu diberikan Lazada kepada setiap konsumen.					

3. Kuesioner Tentang Kualitas Pelayanan (X3)

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1	Lazada memberikan komunikasi yang baik kepada konsumen sehingga memberikan kesan positif.					
2	Pelayanan yang diberikan Lazada tepat waktu.					
3	Lazada memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen.					
4	Lazada memberikan layanan yang cepat dan tanggap kepada konsumen.					
5	Lazada selalu memberikan pelayanan yang sesuai atas kebutuhan yang diinginkan konsumen.					
6	Lazada selalu memaksimalkan agar selalu tanggap atas keluhan konsumen.					
7	Pelayanan dan perilaku yang diberikan oleh Lazada selalu sopan terhadap konsumen.					
8	Perilaku ramah adalah bagian dari pelayanan Lazada.					
9	Lazada selalu berusaha untuk memahami apa yang menjadi kemauan konsumen.					
10	Lazada selalu ingin memberikan kesan baik dengan merespon secara positif tanggapan dan keluhan konsumen.					

4. Kuesioner Tentang Keputusan Pembelian (Y)

NO.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1	Konsumen di Lazada memesan produk sesuai dengan kebutuhan.					
2	Respon cepat yang dilakukan oleh Lazada merupakan salah satu pelayanan yang baik untuk konsumen.					
3	Manfaat produk yang diberikan oleh konsumen bervariasi.					
4	Lazada mampu memahami keinginan produk yang dimaksud oleh konsumen.					
5	Pengalaman yang sudah dirasakan oleh konsumen merupakan salah satu yang mendorong keputusan pembelian konsumen di Lazada.					
6	Lazada memiliki lokasi yang strategis yang mendukung keputusan pembelian.					
7	Melayani konsumen dengan waktu seefisien mungkin dapat mempengaruhi keputusan pembelian.					
8	Lazada selalu memberikan kejelasan terkait informasi produk yang dijual.					
9	Kepuasan akan layanan dan kualitas produk dapat membuat keputusan pembelian konsumen di Lazada.					
10	Lazada sebisa mungkin selalu memuaskan konsumen dengan ketersediaan produk.					

Kualitas Produk (X1)											
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total_X1
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
39	5	4	3	4	3	3	4	4	3	4	37
40	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
41	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	39
42	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
43	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	43
44	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	47
45	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5	45
46	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43
47	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
51	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	36
52	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
53	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
54	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	43
55	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
56	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	42
57	3	4	3	4	3	3	3	5	3	3	34
58	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	45
59	4	3	2	4	4	3	3	3	4	4	34
60	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	47
61	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
62	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
63	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	35
64	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	46
65	4	3	4	5	5	5	4	4	3	2	39
66	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
67	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	47
68	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
69	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
70	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	45
71	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	47
72	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	44
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
74	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	46
75	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
76	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	41

Kualitas Produk (X1)											
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total_X1
77	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
78	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	46
79	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	45
80	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
81	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
82	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	35
83	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
84	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	47
85	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	47
86	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38
87	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	45
88	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	47
89	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
90	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
91	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	45
92	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
93	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	47
94	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	36
95	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	45
96	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	46
97	3	5	3	4	5	3	4	3	3	4	37
98	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	46
99	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
100	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47

Harga (X2)											
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total_X2
1	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	46
2	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	37
3	4	4	2	5	5	5	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	36
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
10	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	39
13	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
14	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	39
15	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
16	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	28
17	3	4	4	5	3	5	5	5	5	5	44
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	42
22	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	42
23	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	45
24	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	45
25	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	46
26	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
28	4	5	3	5	3	5	3	5	3	4	40
29	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
32	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
35	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	47
36	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
39	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	46

Harga (X2)											
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total_X2
40	5	4	5	2	5	2	5	2	5	5	40
41	3	2	3	4	2	4	4	4	4	4	34
42	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
43	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	47
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
45	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
46	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	40
47	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
48	4	2	3	5	4	5	4	4	4	4	39
49	5	2	5	4	3	5	5	5	5	5	44
50	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
51	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	41
52	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
53	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	46
54	4	4	3	2	2	2	2	2	2	5	28
55	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	46
56	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	43
57	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	36
58	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
59	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	43
60	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	46
61	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
62	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	46
63	4	3	4	4	4	3	5	2	2	4	35
64	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
65	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	35
66	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	27
67	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
68	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	24
69	2	2	2	4	4	2	2	2	2	5	27
70	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43
71	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	44
72	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	45
73	3	3	5	4	4	5	4	5	5	5	43
74	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	44
75	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
76	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	34
77	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	46
78	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	46

Harga (X2)											
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total_X2
79	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	46
80	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
81	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
82	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	45
83	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	46
84	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	46
85	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
86	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
87	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	45
88	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
89	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
90	3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	44
91	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	45
92	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	46
93	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	45
94	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	44
95	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	46
96	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	45
97	5	4	2	2	2	5	2	5	5	4	36
98	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	46
99	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	45
100	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47

Kualitas Pelayanan (X3)											
No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Total_X3
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	43
4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	46
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	40
8	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37
9	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
10	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	44
13	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	19
14	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	42
15	5	5	4	3	4	3	5	5	5	5	44
16	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
17	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	44
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	44
21	4	4	3	3	3	4	5	3	4	4	37
22	5	4	3	5	3	4	5	3	4	5	41
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	32
28	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
35	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
36	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
39	5	4	3	5	3	5	3	3	3	3	37

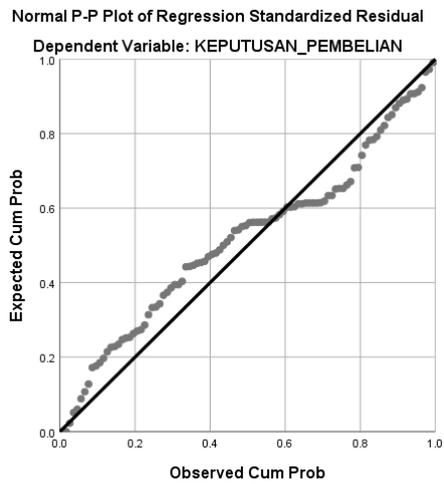
Kualitas Pelayanan (X3)											
No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Total_X3
40	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
41	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	42
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	45
44	2	3	3	2	4	2	2	2	2	4	26
45	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	47
46	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	46
47	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	43
48	4	2	2	4	4	4	4	4	4	5	37
49	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43
50	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	44
51	4	4	4	3	3	4	5	5	4	5	41
52	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
53	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	46
54	4	2	3	2	3	3	2	2	3	2	26
55	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	47
56	2	2	2	2	2	2	2	2	4	5	25
57	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	37
58	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	45
59	2	3	3	2	2	2	3	4	4	4	29
60	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	47
61	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	26
62	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	46
63	2	3	2	4	5	4	4	4	5	4	37
64	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
65	3	3	3	3	2	4	2	2	3	2	27
66	2	2	3	2	2	2	3	4	4	2	26
67	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	46
68	2	2	4	2	2	2	2	2	3	4	25
69	2	2	2	4	2	2	4	2	3	4	27
70	2	1	4	2	2	2	2	2	4	4	25
71	2	2	2	2	2	2	2	3	4	5	26
72	4	2	2	2	2	2	2	3	3	3	25
73	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	18
74	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	18
75	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	19
76	2	2	2	2	4	4	3	2	2	2	25
77	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	44
78	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	46

Kualitas Pelayanan (X3)											
No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Total_X3
79	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	46
80	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	46
81	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	46
82	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
83	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	46
84	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47
85	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	46
86	4	5	4	2	4	2	4	4	5	4	38
87	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	47
88	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	46
89	4	5	5	5	5	4	5	2	5	5	45
90	1	2	4	3	3	2	3	3	2	3	26
91	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	45
92	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
93	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
94	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	46
95	5	4	2	2	4	4	2	4	4	5	36
96	5	4	4	4	4	4	2	3	4	2	36
97	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	46
98	5	4	4	4	2	2	2	5	5	2	35
99	5	5	5	4	4	4	3	3	2	2	37
100	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	46

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

Lampiran Gambar

Gambar IV.1 Hasil Uji Normalitas



Gambar IV.2 Hasil Uji Heterokedastisitas

