

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada peralatan *gaming* fantech, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada peralatan *gaming* fantech, dari hasil perhitungan diperoleh:

- a) Nilai t hitung sebesar $3,634 >$ nilai t tabel $1,98498$
- b) Nilai F hitung sebesar $20,946 >$ F tabel $2,70$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.

Dengan demikian dapat disimpulkan dari hasil analisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada peralatan *gaming* fantech, dari hasil perhitungan diperoleh:

- a) Nilai t hitung sebesar $2,177 >$ nilai t tabel $1,98498$
- b) Nilai F hitung sebesar $20,946 >$ F tabel $2,70$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.

Dengan demikian dapat disimpulkan dari hasil analisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Terdapat pengaruh signifikan variabel harga terhadap keputusan pembelian pada peralatan *gaming* fantech, dari hasil perhitungan diperoleh:

- a) Nilai t hitung sebesar $2,636 >$ nilai t tabel $1,98498$
- b) Nilai F hitung sebesar $20,946 >$ F tabel $2,70$ dan tingkat signifikan $0,000 <$ $0,05$.

Dengan demikian dapat disimpulkan dari hasil analisis pengaruh harga 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 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. 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.

- c. 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 perusahaan.

2. **Implikasi Manajerial**

Berdasarkan hasil penelitian telah teruji bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada peralatan *gaming* fantech 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, memberikan kualitas pelayanan yang cepat tanggap dalam melayani konsumen dan harga yang lebih bersaing dengan competitor lainnya.

3. Implikasi Metodologi

Pada implikasi metodologi, peneliti menguraikan teknik yang digunakan dalam penelitian. Peneliti 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:

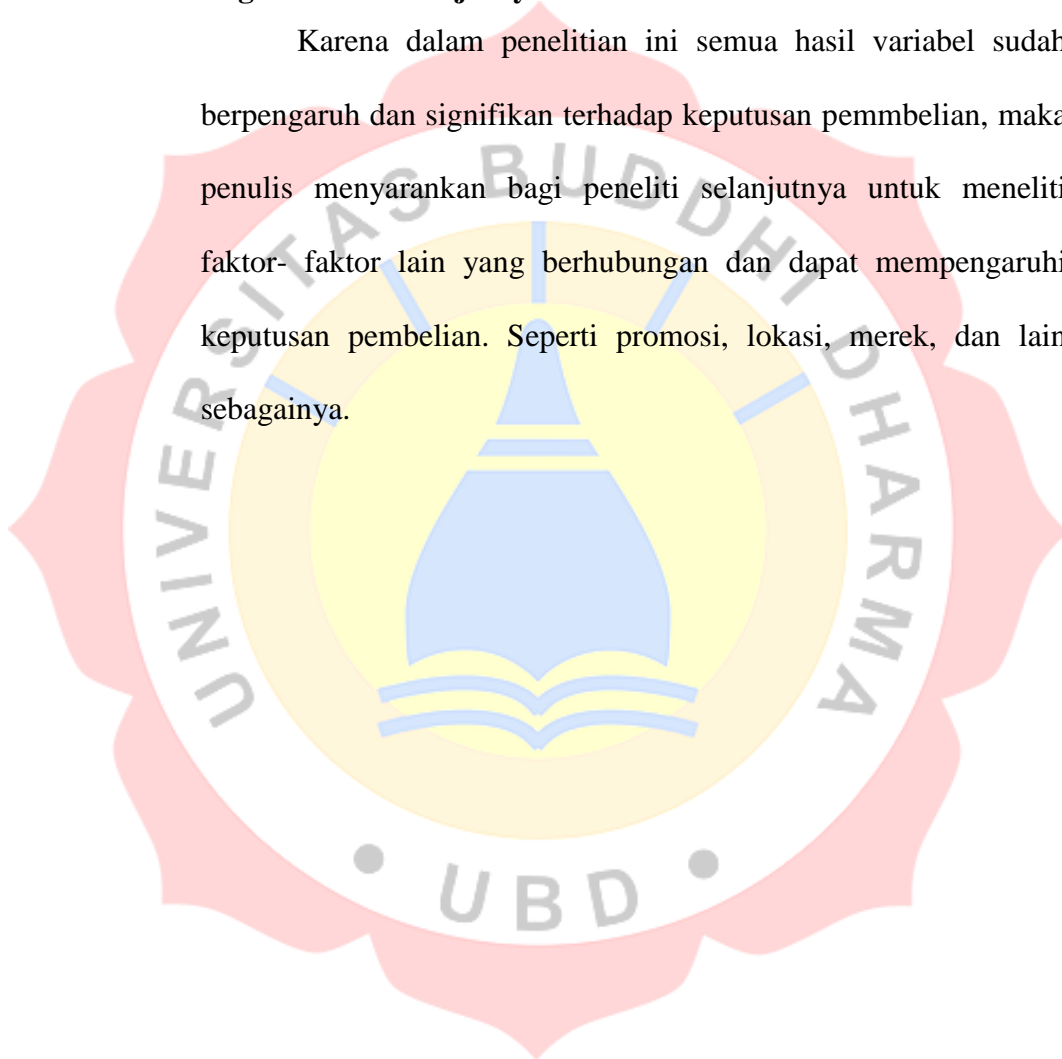
1. Bagi Perusahaan

CV. Golden Technology Indo dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat karena banyaknya perusahaan sejenis yang terus bermunculan pada saat ini, dengan menjaga serta pengembangan pada kualitas produk yang baik, ketersediaan kelengkapan produk yang lengkap dan menyesuaikan dengan keinginan dari konsumen, serta menjaga kualitas pelayanan yang baik dengan komunikasi dan daya tanggap yang cepat dalam melayani konsumen, terutama pada penetapan harga yang bersaing dan kesesuaian harga,

mempengaruhi keputusan pembelian konsumen serta mampu menanamkan kesan yang baik dibenak konsumen sehingga perusahaan dapat meningkatkan penjualan produk dalam jangka panjang.

2. **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, lokasi, merek, dan lain sebagainya.



DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Mitra Wacana Media.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Eva Christine, C., Fitriano, A., & Halim, R. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. KARYA FURNINDO MODERN*. 6(2), 2022.
- Imam Ghozali. (2016). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIETE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.
- Ismayudin, & Usman. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Nur Syahid, Ed.). Edu Pustaka.
- Jacklin, M. P. R., Mandey, S., Tampenawas, J., & Bauran..., P. (2019). THE EFFECT OF MARKETING MIX AND SERVICE QUALITY ON SUN PRODUCT PURCHASE DECISION DEPARTMENT OF STORE MEGA MALL MANADO. *431 Jurnal EMBA*, 7(1), 431–440.
- Kaniya, Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Chatime di Summarecon Mal Serpong* (Vol. 1, Issue 3). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- Karundeng, V. A., Soegoto, A. S., Arie, F. v, Valerie, O. :, Karundeng, A., Soegoto, A. S., Arie, F. V., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2021). *THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE, AND LOCATION ON CONSUMER BUYING DECISION AT INDOMARET POINT KAWASAN MEGAMAS DURING THE COVID-19 PANDEMIC*.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi dalam Bisnis* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.
- Naida Fadilah, Rahmadienna Facrunnisa, Julian Dhani Pradana, Salma Khairunnisa, Riri Febriyanti, Nenden Yuniasti, Febriyanti Valentina, Ahmad Rifai, Erna Dwi, Pitri Yanti, Yulia Indriyani, Bunga Sabiya Lavina, Anisa Fitria, Dewi Yuliati, Rahmah Danti, Siti Maysaroh, & Jesica Margaretha. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (Indra Muis, Ed.). Deep Publish.

- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., Hadibrata, B., Penulis, K., Fajar, :, & Nuryani, T. (2022). *KORELASI KEPUTUSAN PEMBELIAN: KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(4). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Perdana, F. I. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PT. POS INDONESIA SURABAYA*.
- Prodi, I., Manajemen, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Maharani, S., S1, P., Fakultas, M., Dan Bisnis, E., Maarif, U., & Latif, H. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT*. 2(1).
- 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/>
- Rosa Indah, D., Kunci, K., Pelayanan, K., & Penggunaan, K. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa*. 3(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2016). *Penelitian Akuntansi dengan SPSS* (Mona, Ed.). Pustaka Baru Press.
- Sutrisna. (2022). *Suasana Toko PMerek Dan Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Cara Loe Buat Kopi, Kesadaran PT* (Vol. 1, Issue 2).
- Vinna Sri Yuniarti. (2015). *Perilaku Kosumen*. CV Pustaka Setia.
- Yamit, Z. (2017a). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonisia.
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati)*. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 2022–2559. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nicky Charles Steven
Tanggal Lahir : Tanjung Pandan, 12 Maret 2001
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Buddha
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Villa Tangerang Indah Blok BE 3 no 29
Telepon Genggam : 0812 2171 7702
Email : Nickycharlessteven@gmail.com
IPK Terakhir : 3.63



Riwayat Pendidikan

SD (2006 – 2013) : SD NEGRI 32 TANJUNG PANDAN
SMP (2013 – 2016) : SMP REGINA PACIS
SMA (2016 – 2019) : SMK NEGRI 1 TANJUNG PANDAN
S1 (2019 – 2023) : UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA



CV. GOLDEN TECHNOLOGY INDO

Sedayu Square Blok J-26, Jl. Lingkar Luar Barat, Cengkareng, Jakarta Barat, DKI Jakarta

Nomor : No. 011/S.Ket/HRD/1/2023

Perihal : Persetujuan Penelitian

Kepada Yth,
Ketua Program Studi Manajemen
Universitas Buddhi Dharma
Tangerang

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fendi Matovani

Jabatan : HRD Supervisor

Menanggapi surat permohonan penelitian dengan nomor: 028/Perm./FB/I/2023

Menerangkan Bahwa:

NIM : 20190500169

Nama : Nicky Charles Steven

Jurusan : Manajemen

Diberikan izin untuk melakukan penelitian di perusahaan kami CV. Golden Technology Indo/ Fantech Indonesia dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gaming". Untuk menjaga nama baik perusahaan, diharapkan hasil penelitian yang bersangkutan dapat diberikan kepada CV. Golden Technology Indo terlebih dahulu untuk dilakukan pengecekan. Apabila hasil penelitian dianggap kurang baik bagi perusahaan, maka nama perusahaan pada penelitian dapat disamarkan.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Jakarta, 15 Maret 2023


Fendi Matovani
HRD Supervisor

LAMPIRAN TABEL

Tabel IV.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Persentase
<u>Jenis Kelamin</u>		
Pria	52	52%
Wanita	48	48%
Total	100	100%

Tabel IV.2 Responden Berdasarkan Usia

Usia	Responden	Presentase (%)
16 – 25	79	79%
26 - 35	15	15%
36 - 40	6	6%
≥ 41	0	0%
Jumlah	100	100%

Tabel IV.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Responden	Presentase (%)
Mahasiswa	62	62%
Pengawai Swasta	25	25%
Wirausahawan	9	9%
Pelajar	4	4%
Jumlah	100	100%

Frekuensi Pernyataan X1 (Kualitas Produk)

Tabel IV.4 Fungsi Produk X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	12	12.0	12.0	13.0
	Setuju	49	49.0	49.0	62.0
	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.5 Karakteristik Produk X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	12	12.0	12.0	12.0
	Setuju	51	51.0	51.0	63.0
	Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.6 Sampel Produk X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	10	10.0	10.0	12.0

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Setuju	43	43.0	43.0	55.0
	Sangat Setuju	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.7 Keunggulan Produk X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	16	16.0	16.0	16.0
	Setuju	38	38.0	38.0	54.0
	Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.8 Sesuai Permintaan X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	11	11.0	11.0	11.0
	Setuju	44	44.0	44.0	55.0
	Sangat Setuju	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.9 Kesesuaian Keinginan X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	11	11.0	11.0	11.0
	Setuju	47	47.0	47.0	58.0
	Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.10 Ukuran Produk X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	14	14.0	14.0	14.0
	Setuju	49	49.0	49.0	63.0
	Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.11 Jenis Kualitas X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	13	13.0	13.0	13.0
	Setuju	49	49.0	49.0	62.0
	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.12 Daya Tahan X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	17	17.0	17.0	17.0
	Setuju	46	46.0	46.0	63.0
	Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.13 Jaminan Produk X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	11	11.0	11.0	11.0
	Setuju	47	47.0	47.0	58.0
	Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi Pernyataan X2 (Kualitas Pelayanan)**Tabel IV.14 Komunikasi X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	11.0
	Kurang Setuju	16	16.0	16.0	27.0

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Setuju	31	31.0	31.0	58.0
	Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.15 Tepat Waktu X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	12.0
	Kurang Setuju	24	24.0	24.0	36.0
	Setuju	35	35.0	35.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.16 Kelengkapan Informasi X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	12	12.0	12.0	13.0
	Kurang Setuju	17	17.0	17.0	30.0
	Setuju	35	35.0	35.0	65.0
	Sangat Setuju	35	35.0	35.0	100.0

	Total	100	100.0	100.0	
--	--------------	------------	--------------	--------------	--

Tabel IV.17 Kecepatan Pelayanan X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	9.0
	Kurang Setuju	18	18.0	18.0	27.0
	Setuju	40	40.0	40.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.18 Kesesuaian Layanan X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	12	12.0	12.0	13.0
	Kurang Setuju	16	16.0	16.0	29.0
	Setuju	42	42.0	42.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.19 Tanggapan atas Keluhan X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Kurang Setuju	20	20.0	20.0	26.0
	Setuju	41	41.0	41.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.20 Kesopanan X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	10.0
	Kurang Setuju	15	15.0	15.0	25.0
	Setuju	41	41.0	41.0	66.0
	Sangat Setuju	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.21 Keramahan Pelayanan X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	12.0

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Kurang Setuju	13	13.0	13.0	25.0
	Setuju	33	33.0	33.0	58.0
	Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.22 Memahami Konsumen X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	11.0
	Kurang Setuju	16	16.0	16.0	27.0
	Setuju	40	40.0	40.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.23 Respon Positif X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	13	13.0	13.0	16.0
	Kurang Setuju	9	9.0	9.0	25.0
	Setuju	35	35.0	35.0	60.0

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi Pernyataan Harga (X3)

Tabel IV.24 Daftar Harga X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	24	24.0	24.0	26.0
	Setuju	41	41.0	41.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.25 Diskon X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Kurang Setuju	12	12.0	12.0	17.0
	Setuju	48	48.0	48.0	65.0
	Sangat Setuju	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.26 Potongan Harga X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	18	18.0	18.0	19.0
	Setuju	39	39.0	39.0	58.0
	Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.27 Harga Murah X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Kurang Setuju	18	18.0	18.0	21.0
	Setuju	38	38.0	38.0	59.0
	Sangat Setuju	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.28 Harga Terjangkau X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Kurang Setuju	16	16.0	16.0	21.0
	Setuju	34	34.0	34.0	55.0

	Sangat Setuju	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.29 Harga Bersaing X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	4.0
	Kurang Setuju	14	14.0	14.0	18.0
	Setuju	39	39.0	39.0	57.0
	Sangat Setuju	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.30 Kesesuaian Harga X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	9	9.0	9.0	11.0
	Setuju	51	51.0	51.0	62.0
	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.31 Kesesuaian Merek X3.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Kurang Setuju	10	10.0	10.0	14.0
	Setuju	44	44.0	44.0	58.0
	Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.32 Kemudahan Transaksi X3.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	13	13.0	13.0	15.0
	Setuju	42	42.0	42.0	57.0
	Sangat Setuju	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.33 Informasi Perubahan Harga X3.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	5.0
	Kurang Setuju	7	7.0	7.0	12.0
	Setuju	42	42.0	42.0	54.0

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi Pernyataan Keputusan Pembelian (Y)

Tabel IV.34 Kebutuhan Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	5.0
	Kurang Setuju	7	7.0	7.0	12.0
	Setuju	42	42.0	42.0	54.0
	Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.35 Pelayanan yang Baik Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	9	9.0	9.0	9.0
	Setuju	53	53.0	53.0	62.0
	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.36 Manfaat Produk Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	7	7.0	7.0	8.0
	Setuju	44	44.0	44.0	52.0
	Sangat Setuju	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.37 Memahami Pelanggan Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	10	10.0	10.0	12.0
	Setuju	49	49.0	49.0	61.0
	Sangat Setuju	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.38 Pengalaman Sendiri Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	10	10.0	10.0	11.0
	Setuju	51	51.0	51.0	62.0

	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.39 Lokasi Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	8	8.0	8.0	9.0
	Setuju	43	43.0	43.0	52.0
	Sangat Setuju	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.40 Waktu Y.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	6	6.0	6.0	7.0
	Setuju	45	45.0	45.0	52.0
	Sangat Setuju	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.41 Informasi Y.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	5	5.0	5.0	7.0
	Setuju	43	43.0	43.0	50.0
	Sangat Setuju	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.42 Kepuasan Y.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	8	8.0	8.0	8.0
	Setuju	41	41.0	41.0	49.0
	Sangat Setuju	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.43 Ketersediaan Produk Y.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	2.0
	Kurang Setuju	7	7.0	7.0	9.0
	Setuju	41	41.0	41.0	50.0

	Sangat Setuju	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel IV.44 Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas produk	100	20	30	50	42.73	4.364
Kualitas pelayanan	100	33	17	50	39.46	8.785
Harga	100	27	23	50	41.99	5.557
Keputusan pembelian	100	25	25	50	43.57	4.363
Valid N (listwise)	100					

Tabel IV.45 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Pertanyaan	r hitung / Pearson correlation	R Tabel (taraf sig 5%)	Keterangan
Variabel Kualitas Produk			
Q1	0.595	0,1966	Valid
Q2	0.672		
Q3	0.628		
Q4	0.712		

Pertanyaan	r hitung / Pearson correlation	R Tabel (taraf sig 5%)	Keterangan
Variabel Kualitas Produk			
Q5	0.647		
Q6	0.617		
Q7	0.553		
Q8	0.664		
Q9	0.584		
Q10	0,641		

Tabel IV.46 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Pertanyaan	r hitung / Pearson correlation	R Tabel (taraf sig 5%)	Keterangan
Variabel Kualitas Pelayanan			
Q11	0.817	0,1966	Valid
Q12	0.824		
Q13	0.842		
Q14	0.887		
Q15	0.877		
Q16	0.844		
Q17	0.882		
Q18	0.881		
Q19	0.878		

Pertanyaan	r hitung / Pearson corerlation	R Tabel (taraf sig 5%)	Keterangan
Variabel Kualitas Pelayanan			
Q20	0,903		

Tabel IV.47 Hasil Uji Validitas Harga (X3)

Pertanyaan	r hitung / Pearson corerlation	R Tabel (taraf sig 5%)	Keterangan
Variabel Harga			
Q21	0.645	0,1966	Valid
Q22	0.643		
Q23	0.661		
Q24	0.724		
Q25	0.792		
Q26	0.726		
Q27	0.677		
Q28	0.762		
Q29	0.660		
Q30	0,586		

Tabel IV.48 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Pertanyaan	r hitung / Pearson corelation	R Tabel (taraf sig 5%)	Keterangan
Variabel Keputusan Pembelian			
Q31	0.594	0,1966	Valid
Q32	0.647		
Q33	0.622		
Q34	0.717		
Q35	0.658		
Q36	0.612		
Q37	0.697		
Q38	0.677		
Q39	0.679		
Q40	0,582		

Uji Reabilitas Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.832	.832	10

Tabel IV.49 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.962	.962	10

Tabel IV.50 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.962	.962	10

Tabel IV.51 Hasil Uji Reabilitas Harga

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.846	.847	10

Tabel IV.52 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.846	.847	10

Tabel IV.53 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.39187258
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.085
	Negative	-.104
Test Statistic		.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.010 ^c

Tabel IV.54 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients			
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	.734	1.363
	Kualitas Pelayanan	.787	1.271
	Harga	.617	1.621

Tabel IV.55 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.595	3.571		4.647	.000
	Kualitas Produk	.337	.093	.337	3.634	.000
	Kualitas Pelayanan	.097	.044	.195	2.177	.032
	Harga	.209	.079	.266	2.636	.010

a. Dependent Variable: Total_Y Keputusan Pembelian

Tabel IV.56 Hasil Uji Statistik t

Coefficients ^a								
Model		Standardized Coefficients			t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.595	3.571		4.647	.000		
	Kualitas Produk	.337	.093	.337	3.634	.000	.734	1.363
	Kualitas Pelayanan	.097	.044	.195	2.177	.032	.787	1.271
	Harga	.209	.079	.266	2.636	.010	.617	1.621

a. Dependent Variable: Total_Y Keputusan Pembelian

Tabel IV.57 Hasil Uji Statistik F

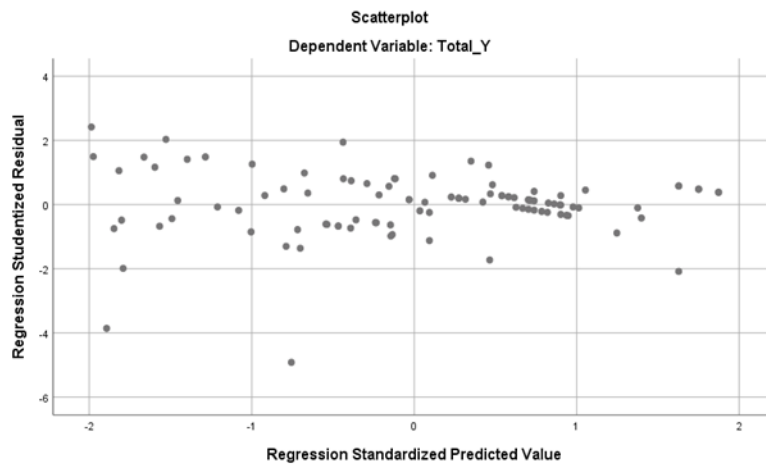
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	745.535	3	248.512	20.946	.000 ^b
	Residual	1138.975	96	11.864		
	Total	1884.510	99			
a. Dependent Variable: Total_Y Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas pelayanan, Kualitas produk						

Tabel IV.58 A djusted R²

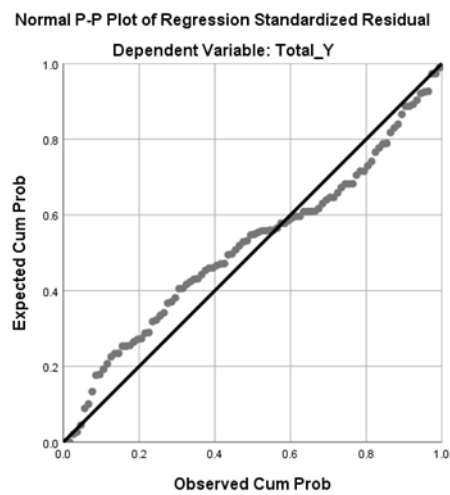
Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.629 ^a	.396	.377	3.444
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas pelayanan, Kualitas produk				
b. Dependent Variable: Total_Y Keputusan pembelian				

LAMPIRAN GAMBAR

Gambar IV.2 Uji Heterokedastisitas



Gambar IV.1 Hasil Uji Normalitas



KUESIONER PENELITIAN

Yth. Saudara/i

Perihal: Permohonan Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan survey dalam rangka penelitian tugas akhir mahasiswa Program Studi Manajemen (S1) Universitas Buddhi Dharma, saya yang bernama Nicky Charles steven sebagai mahasiswa tingkat akhir Universitas Buddhi Dharma program studi manajemen pemasaran angkatan 2019. Saat ini melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Gaming Fantech (Studi Kasus Pada Konsumen CV. Golden Technology Indo”**. Oleh karena itu saya sangat membutuhkan data dan informasi dengan mengharapkan partisipasi Anda dalam mengisi kuesioner yang telah saya susun berdasarkan judul penelitian tersebut.

Saya mengharapkan kerjasama Anda untuk memberikan jawaban pada kuesioner ini secara jujur dan apa adanya. karena Setiap jawaban yang Anda berikan merupakan informasi yang sangat berharga bagi penelitian saya. Jawaban yang Anda berikan akan diperlakukan dengan profesionalitas dan etika penelitian. Oleh karena itu, peneliti akan menjamin kerahasiaan identitas Anda.

Atas ketersediaan Anda dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Data Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Pekerjaan :

Kualitas Produk (X1)

No	Keterangan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	CV. Golden Technology Indo menghasilkan produk sesuai dengan fungsi yang diinginkan konsumen.					
2	CV. Golden Technology Indo memiliki karakteristik produk dengan bahan dasar yang berkualitas.					
3	CV. Golden Technology Indo memberikan sampel produk sesuai dengan permintaan konsumen.					
4	CV. Golden Technology Indo memiliki keunggulan produk dibandingkan competitor.					
5	CV. Golden Technology Indo memproduksi produk sesuai dengan permintaan konsumen.					
6	CV. Golden Technology Indo memproduksi dengan kualitas produk berdasarkan keinginan konsumen.					
7	CV. Golden Technology Indo memberikan ukuran produk yang sesuai dengan permintaan konsumen.					
8	CV. Golden Technology Indo menawarkan jenis kualitas produk yang sesuai dengan permintaan konsumen.					
9	CV. Golden Technology Indo memiliki daya tahan produk yang diharapkan konsumen.					

No	Keterangan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
10	CV. Golden Technology Indo selalu memberikan jaminan produk pada konsumen.					

Kualitas Pelayanan (X2)

No	Keterangan	STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
1	CV. Golden Technology Indo memberikan komunikasi yang baik kepada konsumen sehingga memberikan kesan positif.					
2	Pelayanan yang diberikan CV. Golden Technology Indo tepat waktu.					
3	CV. Golden Technology Indo memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen.					
4	CV. Golden Technology Indo memberikan layanan yang cepat dan tanggap kepada konsumen.					
5	CV. Golden Technology Indo selalu memberikan pelayanan yang sesuai atas kebutuhan yang diinginkan konsumen.					

No	Keterangan	STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
6	CV. Golden Technology Indo selalu memaksimalkan agar selalu tanggap atas keluhan konsumen.					
7	Pelayanan dan perilaku yang diberikan oleh CV. Golden Technology Indo selalu sopan terhadap konsumen.					
8	Perilaku ramah adalah bagian dari pelayanan CV. Golden Technology Indo.					
9	CV. Golden Technology Indo selalu berusaha untuk memahami apa yang menjadi kemauan konsumen.					
10	CV. Golden Technology Indo selalu ingin memberikan kesan baik dengan merespon secara positif tanggapan dan keluhan konsumen.					

Harga (X3)

No	Keterangan	STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
1	Daftar harga yang dimiliki CV. Golden Technology Indo bervariasi menurut ukurannya.					

No	Keterangan	STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
2	Pemberian diskon dilakukan oleh CV. Golden Technology Indo dengan syarat dan ketentuan berlaku.					
3	Potongan harga diberikan kepada konsumen CV. Golden Technology Indo jika membeli dengan jumlah besar.					
4	CV. Golden Technology Indo memberikan harga yang relative murah.					
5	CV. Golden Technology Indo memiliki harga yang terjangkau.					
6	CV. Golden Technology Indo memiliki harga yang mampu bersaing dengan peralatan gaming lainnya.					
7	CV. Golden Technology Indo selalu memberikan harapan dalam kesesuaian harga kepada konsumen.					
8	Harga dan merek sesuai dengan keinginan konsumen CV. Golden Technology Indo.					

No	Keterangan	STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
9	CV. Golden Technology Indo memudahkan konsumen saat proses pembayaran kepada konsumen.					
10	Informasi harga yang akurat selalu diberikan CV. Golden Technology Indo kepada setiap konsumen.					

Keputusan Pembelian (Y)

No	Keterangan	STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
1	Konsumen di CV. Golden Technology Indo memesan produk sesuai dengan kebutuhan.					
2	Respon cepat yang dilakukan oleh CV. Golden Technology Indo merupakan salah satu pelayanan yang baik untuk konsumen.					
3	Manfaat produk yang diberikan oleh konsumen bervariasi.					
4	CV. Golden Technology Indo mampu memahami keinginan produk yang dimaksud oleh konsumen.					
5	Pengalaman yang sudah dirasakan oleh konsumen merupakan salah satu yang mendorong					

No	Keterangan	STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
	keputusan pembelian konsumen di CV. Golden Technology Indo.					
6	CV. Golden Technology Indo memiliki lokasi yang strategis yang mendukung keputusan pembelian.					
7	Melayani konsumen dengan waktu seefisien mungkin dapat mempengaruhi keputusan pembelian.					
8	CV. Golden Technology Indo selalu memberikan kejelasan terkait informasi produk yang dijual.					
9	Kepuasan akan layanan dan kualitas produk dapat membuat keputusan pembelian konsumen di CV. Golden Technology indo.					
10	CV. Golden Technology Indo 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
1	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
2	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	35
3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	35
5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38

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
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	3	4	4	3	5	4	3	5	4	4	39
8	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	44
11	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
12	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
13	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	47
14	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	43
15	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	41
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3	42
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
20	4	3	4	4	4	4	5	5	3	4	40
21	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	44
22	3	4	5	4	5	5	3	4	4	5	42
23	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	47
24	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	46
25	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
26	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	43
27	3	3	5	3	4	5	3	3	5	4	38
28	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	34
29	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
30	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
31	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	40
32	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	42
33	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
36	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	42
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
39	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	36
40	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	45
41	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	38
42	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	41
43	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	43

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
44	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	46
45	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	44
46	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
47	1	5	5	5	5	5	5	4	3	4	42
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
49	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	39
50	5	4	3	4	3	5	4	4	5	4	41
51	4	4	2	3	3	4	5	4	3	3	35
52	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	46
53	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	46
54	3	3	5	5	5	3	4	5	4	5	42
55	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	45
56	5	3	5	5	5	4	4	4	3	3	41
57	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
58	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	44
59	3	3	2	4	4	3	4	3	4	3	33
60	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	46
61	4	4	4	4	4	4	3	5	5	3	40
62	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
63	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	34
64	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	45
65	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	38
66	4	5	4	3	4	3	4	5	5	5	42
67	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
68	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	47
69	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	41
70	5	3	4	4	5	5	5	5	3	5	44
71	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	46
72	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	43
73	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
74	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	45
75	4	3	3	4	5	5	5	4	5	4	42
76	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	40
77	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	45
78	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	45
79	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	45
80	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	47
81	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45

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
82	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	34
83	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	44
84	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
85	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	46
86	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	37
87	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	44
88	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	46
89	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46
90	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	46
91	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	44
92	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	45
93	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46
94	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	35
95	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	44
96	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	45
97	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	35
98	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	45
99	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	45
100	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	46

KUALITAS PELAYANAN (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	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	37
3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	37
5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	45
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	4	3	5	4	3	4	4	3	4	5	39
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	46
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
13	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	18
14	5	3	5	4	4	3	5	4	4	4	41
15	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	43

KUALITAS PELAYANAN (X2)											
No	X2,1	X2,2	X2,3	X2,4	X2,5	X2,6	X2,7	X2,8	X2,9	X2,10	Total_X2
16	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
17	5	3	3	4	4	5	5	5	5	4	43
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	5	5	5	5	4	3	3	5	43
21	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	36
22	5	3	4	4	4	5	5	3	3	4	40
23	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
24	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	47
25	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
26	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
27	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
28	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	35
29	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
32	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	43
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
36	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	5	5	3	4	3	5	5	4	3	3	40
39	5	3	4	3	4	3	3	3	4	4	36
40	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	45
41	5	4	3	4	3	4	5	5	3	5	41
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
44	3	2	3	2	2	4	3	3	2	1	25
45	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	46
46	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
47	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	42
48	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36
49	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
50	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	43
51	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	40
52	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	46
53	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	47
54	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	25

KUALITAS PELAYANAN (X2)											
No	X2,1	X2,2	X2,3	X2,4	X2,5	X2,6	X2,7	X2,8	X2,9	X2,10	Total_X2
55	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
56	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	24
57	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	36
58	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	45
59	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	28
60	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	46
61	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	25
62	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	45
63	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	36
64	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	46
65	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	26
66	2	2	3	2	2	4	3	2	2	3	25
67	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	45
68	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	26
69	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	24
70	2	3	4	3	2	2	2	2	3	1	24
71	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	25
72	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	24
73	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	17
74	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	17
75	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	18
76	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	24
77	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	44
78	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45
79	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	45
80	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	45
81	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	45
82	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	37
83	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	45
84	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	46
85	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
86	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
87	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	46
88	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	45
89	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	44
90	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	25
91	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	44
92	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
93	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	45

KUALITAS PELAYANAN (X2)											
No	X2,1	X2,2	X2,3	X2,4	X2,5	X2,6	X2,7	X2,8	X2,9	X2,10	Total_X2
94	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
95	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	35
96	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	35
97	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	45
98	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	34
99	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	35
100	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	45

Harga (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	3	5	5	4	5	5	4	4	45
2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	36
3	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	40
4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	35
5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	40
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	4	3	5	4	4	4	3	5	4	3	39
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	45
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
13	3	3	4	5	5	5	5	5	5	3	43
14	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	38
15	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5	40
16	2	2	3	4	2	1	3	3	3	4	27
17	5	3	4	5	5	5	5	4	3	4	43
18	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	3	5	4	3	4	2	4	4	5	5	39
21	4	5	5	4	5	5	3	4	3	4	42
22	3	4	4	5	3	3	4	5	5	5	41
23	5	4	5	5	5	5	4	5	5	1	44
24	5	4	4	5	5	3	5	4	5	4	44
25	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	45
26	3	5	5	4	4	3	4	4	4	4	40
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
28	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	39

Harga (X3)											
No	X3,1	X3,2	X3,3	X3,4	X3,5	X3,6	X3,7	X3,8	X3,9	X3,10	Total_X3
29	5	5	3	3	4	5	4	4	4	4	41
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4	38
32	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	40
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	46
36	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
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	5	5	4	5	4	4	45
40	4	3	4	3	3	4	4	3	4	5	37
41	5	4	3	2	2	4	2	2	4	5	33
42	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	46
43	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	45
44	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
45	4	4	5	5	3	4	5	5	4	5	44
46	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	39
47	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
48	3	4	4	3	3	3	4	4	5	5	38
49	5	5	3	5	5	3	4	4	5	4	43
50	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	44
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	46
53	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	45
54	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	25
55	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	45
56	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	42
57	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	35
58	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	45
59	3	3	3	5	5	5	5	5	3	5	42
60	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
61	3	3	5	5	3	4	4	4	5	5	41
62	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
63	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	34
64	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	45
65	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	34
66	2	5	2	3	2	3	2	2	3	2	26
67	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46

Harga (X3)											
No	X3,1	X3,2	X3,3	X3,4	X3,5	X3,6	X3,7	X3,8	X3,9	X3,10	Total_X3
68	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	23
69	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	26
70	3	3	3	5	5	5	5	3	5	5	42
71	3	5	5	5	5	3	4	4	4	5	43
72	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	44
73	4	4	4	3	5	5	5	5	3	4	42
74	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	43
75	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	40
76	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	43
77	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	45
78	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	45
79	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	45
80	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	45
81	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	44
82	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	44
83	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	45
84	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	45
85	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	46
86	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
87	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	44
88	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	47
89	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	44
90	3	5	4	5	5	5	5	4	4	3	43
91	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	44
92	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	45
93	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	45
94	4	5	5	4	4	5	4	5	4	3	43
95	3	5	4	5	5	5	4	5	5	4	45
96	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
97	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	35
98	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	45
99	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44
100	5	4	5	4	5	5	4	5	4	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	5	4	3	4	3	44
2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	3	37
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	3	3	3	4	5	4	4	3	4	4	37
8	5	4	5	3	3	5	3	4	4	5	41
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	46
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	45
14	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	44
15	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	41
16	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
17	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
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	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
21	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	43
22	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	41
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	46
24	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	45
25	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	32
28	4	4	3	3	3	5	4	4	5	5	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	5	5	4	4	5	3	5	4	4	4	43
32	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	46
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
36	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	46
39	4	3	5	5	4	4	3	4	3	4	39

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
40	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	43
41	2	5	4	3	4	5	4	4	4	5	40
42	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	39
43	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	45
44	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
45	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	46
46	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	46
47	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
48	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	46
49	5	5	4	4	4	5	5	3	5	5	45
50	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	44
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	45
53	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	46
54	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	26
55	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	46
56	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	25
57	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	36
58	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	46
59	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
60	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	45
61	5	4	4	3	3	4	4	5	5	5	42
62	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	46
63	3	3	3	4	3	4	5	5	3	4	37
64	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47
65	3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	44
66	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	42
67	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
68	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	44
69	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	43
70	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	45
71	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	44
72	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
73	5	4	4	4	5	3	4	4	3	4	40
74	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	45
75	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	45
76	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	43
77	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	45
78	5	4	4	5	4	5	5	5	4	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
79	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	45
80	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	45
81	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
82	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
83	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
84	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	46
85	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	45
86	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	37
87	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	46
88	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	46
89	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
90	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	44
91	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	46
92	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	45
93	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	46
94	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
95	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	45
96	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	45
97	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	45
98	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	45
99	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	45
100	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	47