

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai “Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Konsumen Xiaomi Di Kota Tangerang) yaitu sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, berdasarkan hasil perhitungan dari tingkat signifikansi yaitu $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,018 > t$ tabel $1,97897$ yang artinya adalah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada smartphone xiaomi.

2. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada smartphone xiaomi

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, berdasarkan hasil perhitungan

dari tingkat signifikansi yaitu $0,001 < 0.05$ dan nilai t hitung $2.651 > t$ tabel $1,97897$ yang artinya adalah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada smartphone xiaomi.

3 Pengaruh kualitas produk terhadap terhadap keputusan pembelian konsumen pada smartphone xiaomi

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, berdasarkan hasil perhitungan dari tingkat signifikansi yaitu $0,00 < 0.05$ dan nilai t hitung $2.089 > t$ tabel $1,97897$ yang artinya adalah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada smartphone xiaomi.

4 Pengaruh harga,citra merek,dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada smartphone xiaomi

Berdasarkan dari hasil yang didapat dari hasil uji hipotesis dapat diketahui nilai F hitung $134.687 > 2,68$ dan signifikansi $0.00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara Harga,Citra Merek,dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Smartphone Xiaomi

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner yang telah diperoleh dari 130 responden menyatakan bahwa pengaruh Harga mempunyai hubungan yang tinggi dan mempunyai hubungan yang positif terhadap Keputusan

Pembelian, sehingga didapatkan apabila semakin tinggi Harga maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian. Pengaruh citra merek mempunyai hubungan yang tinggi dan positif terhadap keputusan pembelian. Pengaruh kualitas produk mempunyai hubungan yang tinggi dan mempunyai hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian, sehingga didapatkan apabila semakin tinggi harga, citra merek, dan kualitas produk maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian smartphone xiaomi.

B. Implikasi

Dari hasil penelitian Pengaruh harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada smartphone xiaomi adalah menggunakan metode koefisien yang dapat diketahui bahwa variabel Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang mempunyai korelasi yang sangat kuat dan berhubungan terhadap Keputusan pembelian pada Smartphone Xiaomi.

1. Implikasi Teoritis

- a. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat diketahui bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang ditunjukkan dengan nilai t hitung $7.018 > t$ tabel $1,97897$.
- b. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat diketahui bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan

terhadap Keputusan Pembelian yang di tunjukan dengan nilai t hitung $2.651 > t$ tabel $1,97897$.

- c. Dari hasil penelitian yang di lakukan oleh peneliti, maka dapat diketahui bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang di tunjukan dengan nilai t hitung $2.089 > t$ tabel $1,97897$

2. Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial yang peneliti dapat berikan yaitu smartphone xiaomi perlu memperhatikan ketiga variabel diantaranya yaitu Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk dapat membuktikan bahwa adanya pengaruh yang bisa meningkatkan keputusan pembelian.

3. Implikasi Metodologi

Dalam implikasi metodologi, peneliti menjelaskan teknik-teknik yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan beberapa metode yaitu, metode kuantitatif dengan uji analisis statistik deskriptif, uji frekuensi, uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis koefisien, uji parsial t, uji anova dengan menggunakan data berupa kuesioner. Data yang diolah oleh peneliti menghasilkan jawaban atas masalah-masalah dalam penelitian yang telah didukung oleh beberapa teori yang sudah dimasukkan dalam penelitian ini.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah di uraikan ,maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan Xiaomi

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kesesuaian harga, citra merek dan kualitas produk. Maka dari itu dalam upaya menciptakan keputusan pembelian konsumen harus diiringi dengan kesesuaian harga, peningkatan citra merek, dan peningkatan kualitas produk. Lalu juga Xiaomi memang sebuah merek yang memproduksi Smartphone dengan budget murah dengan target pasar kelas menengah kebawah, namun bukan berarti aspek pemasaran dan layanan boleh diabaikan, Xiaomi juga baiknya menggunakan media iklan untuk memasarkan produknya sehingga pasar Xiaomi dapat lebih luas. Disamping itu peningkatan layanan juga perlu contohnya dengan membuka service centre resmi sehingga dapat meningkatkan citra merek Xiaomi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada harga, citra merek,kualitas produk, dan keputusan pembelian. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel kualitas layanan untuk mengetahui

tingkat layanan yang diberikan oleh Xiaomi contohnya service centre dan garansi, sehingga penelitian dapat menjadi lebih kompleks dan menghasilkan penelitian yang lebih baik



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M., Septyadi, K., Salamah, M., Nujiyatillah, S., Manajemen, M. S., Bhayangkara, U., & Raya, J. (n.d.). *LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA SMARTPHONE: HARGA DAN PROMOSI*. 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Amalia, S., & Siagian, M. (n.d.). *PENGARUH DISIPLIN KERJA, PENGALAMAN KERJA DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT KUMALA INDONESIA SHIPYARD*.
- Angela Jonathan, E. H. (n.d.-a). *Pengaruh BrandImage, Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Traveloka*.
- Angela Jonathan, E. H. (n.d.-b). *Pengaruh BrandImage, Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Traveloka*.
- Antonia, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Marketplace Blibli (Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota Tangerang). In *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 2).
- Aristya, T., Henky, W., & Manajemen, S. J. (n.d.). *HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAC N' GO*.
- Bahwiyanti, J., & Sugiannor, S. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Cv. Paris Banjarbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(1), 58–68. <https://doi.org/10.35972/jieb.v4i1.189>
- Bisnis, J. A., Korowa, E., Sumayku, S., Jurusan, S. A., Administrasi, I., & Bisnis, A. (2018). *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)* (Vol. 6, Issue 3).
- Bisnis, J., Pemasaran, D., Fika, S., Alda, W., & Naufal, D. (n.d.). *Analisis Kualitas Operasional Produksi (Survei Terhadap PT Aerofood Indonesia)*.
- Cahyadi. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang*.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Eva Agustina. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERCETAKAN ANEKA JAYA PEMATANGSIANTAR*.

- Hari Mulia. (n.d.). *PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI KASUS PADA CV CEMILAN KUNIK GARUT*.
- Hertiwi Khasanah, S., Ariani, N., & Gunaedi Argo, J. (n.d.). *Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek* (Vol. 2).
- ILHAM AGUSTIAN, H. E. S. A. I. (2019). PENGARUH SISTEM INFORMASI MANAJEMEN TERHADAP PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DI PT. JASARAHARJA PUTRA CABANG BENGKULU. In *Jurnal Professional FIS UNIVED* (Vol. 6, Issue 1).
- Imron Imron. (n.d.). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang*.
- Ita Rahmawati & Imamatus Nisma Nur Hidayah. (n.d.). *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Larika, W., & Ekowati, S. (n.d.). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO*.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN: HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- M. Amri Nasution. (n.d.). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK ALAT KESEHATAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. DYZA SEJAHTERA MEDAN*.
- Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. 1(2), 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Mohammad Nurul Huda. (2019). *Ta'dibi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH*.
- Muhammadiyah Bengkulu, U. (n.d.). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI VLAWLESS KEFIR KOTA BENGKULU Vivi Anggraini (1), Mardhiyah Dwi Ilhami (2) (1)(2). In *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains* (Vol. 4, Issue 1). www.jurnal.umb.ac.id
- Muhyiddin Zainul Arifin, I. M. R. N. A. B. (n.d.). *ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada CV. Karya Apik MAN 3 JOMBANG)*.

- Nurhalim, A. D., Tinggi, S., & Wiyatamandala, I. E. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA DI KOTA TANGERANG. *JAMBURA ECONOMIC EDUCATION JOURNAL*, 5(1).
- Pasaribu, F. T., & Kusnawan, A. (2022). Pengaruh Pemasaran Secara Digital, Harga, dan Promosi Summer Sale di Platform Steam Pada Terhadap Keputusan Pembelian Steam E-Wallet. In *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 2).
- Purnomo, E., & Suhendra, E. S. (2020). Analisis masa kerja dan promosi terhadap kinerja karyawan BPJS Ketenagakerjaan. *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, 5(1), 32–43. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i1.13801>
- Putri, S. S. (2022). Digital Marketing Sebagai Optimalisasi Strategi Pemasaran Wirausaha Muda “Clothing PRJBus” Dalam Meningkatkan Omset Bisnis UMKM. *Jurnal Lugas*, 6(2), 65–72.
- Revita, F., Perkantoran, P. A., Kutaraja, P., Aceh, B., & Korespodensi, I. (2023). PENERAPAN PENILAIAN KINERJA KARYAWAN PADA POLITEKNIK KUTARAJA IMPLEMENTATION OF EMPLOYEE PERFORMANCE ASSESSMENT IN POLITEKNIK KUTARAJA. In *Jurnal Kreasi Rakyat* (Vol. 1, Issue 1). <https://jurnal.kreatycenter.com/index.php/jkr/index>
- Richie J. Y. Timpaulu Johny R. E. Tampi Danny D. S. Mukuan. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Glori-A House Kawangkoan*.
- Rismayani Ulfa, P. (n.d.). *A N A L I S I S P E R B A N D I N G A N K E L A N C A R A N P E M B A Y A R A N A N G S U R A N P I N J A M A N P T P E R M O D A L A N N A S I O N A L M A D A N I (P N M) M E K A A R S Y A R I A H S E B E L U M D E N G A N S E M A S A P A N D E M I C O V I D - 1 9 S T U D I K A S U S (L O M B O K B A R A T)*.
- Sani, S. A., Silalahi, P. R., Alkahfi, M. A., & Harahap, A. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Sistem Online Trading Berbasis Syari'ah: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1623–1637. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1864>
- Santika Pinayungan, M., Ritonga, M. N., & Lubis, R. (2022). ANALISIS MOTIVASI BELAJAR SISWA SELAMA PANDEMI COVID-19 DI LINGKUNGAN I KELURAHAN PASAR BATU GERIGIS KECAMATAN BARUS. In *Mathematic Education Journal)MathEdu* (Vol. 5, Issue 1). <http://journal.ipts.ac.id/index.php/>

- Santoso, J. B., Kunci, K., Produk, K., Pelayanan, K., Harga, K., Konsumen, D., & Loyalitas, K. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN GEPREK BENSU RAWAMANGUN)* (Vol. 16, Issue 01).
- Sindarto, J., & Ellitan, L. (n.d.). Peran Citra Merek dan Inovasi Produk dalam Membangun Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian Ulang: Sebuah Kajian Teoritis. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 2023.
- Sutanto, A., Silaswara, D., Konsumen, M., Merek, C., & Pembelian, H. K. (2022a). Pengaruh Minat Konsumen, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor pada Amboh Motor di Wilayah Tangerang. In *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 2).
- Sutanto, A., Silaswara, D., Konsumen, M., Merek, C., & Pembelian, H. K. (2022b). Pengaruh Minat Konsumen, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor pada Amboh Motor di Wilayah Tangerang. In *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 2).
- Try Shafira, D., Pinagaran Nasution, H., Haro, J., Bisnis, M., Niaga, A., & Negeri Medan dindashafira, P. (n.d.). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Medan)*.
- Tuahman Sipayung, R. F. (n.d.). *ANALISIS CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK GALAN DI PT. GAWIH JAYA PEMATANGSIANTAR*.
- Viedy, E., Lombok, V., Samadi, R. L., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.). *THE EFFECT OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST AND DIGITAL MARKETING ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON EMINA PRODUCTS (CASE STUDY AT SAM RATULANGI UNIVERSITY STUDENTS)*.
- Widiyanto G. (n.d.-a). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Arah Coffee Green Lake City Tangerang*. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>
- Widiyanto G. (n.d.-b). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>
- Widiyanto G, Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Kota Tangerang Gregorius Widiyanto, dan, Satrianto, H., & Pudjo Wibowo, F. (n.d.). *eCo-Buss*.

Yani Dahliani & Rohmat Hasanul Ahwal. (n.d.). *KAJIAN PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA GIESELIN FOOD SUKSER MAKMUR DI JEMBER.*

Yolanto, A., & Hanitha, V. (2022a). Pengaruh Kemasan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Grafika Makmur Persada. In *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 2).

Yolanto, A., & Hanitha, V. (2022b). Pengaruh Kemasan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Grafika Makmur Persada. In *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 2).

Zailani, A. (n.d.). *HUBUNGAN EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI DAN CITRA MEREK KOPI "WHITE COFFEE" PADA MINAT BELI MASYARAKAT DESA KALISORO KECAMATAN TAWANGMANGU KARANGANYAR.*



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama : Fernando Chesar Matius
 Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 29 Desember 2001
 Jenis Kelamin : Laki - Laki
 Agama : Katholik
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Alamat : Perumahan dasana indah blok SG 1 No 11, Tangerang
 Nomor Telepon : 081319329198
 Email : fnandomatius@gmail.com
 IPK : 3,45



Riwayat Pendidikan

SD : SD Kampung Bambu II (2007-2013)
 SMP : SMP Dasana Indah (2013-2016)
 SMA/SMK : SMK Buddhi dharma (2016-2019)
 Perguruan Tinggi : Universitas Buddhi Dharma (2019-2023)

Riwayat Pekerjaan

2021 – Sekarang : Admin CV.Cipta Kreasi Jaya

Tangerang, 10 Juli 2023

Fernando Chesar Matius

LAMPIRAN

Lampiran 1.

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Di Tempat.

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Fernando Chesar Matius (20190500127) Mahasiswa semester akhir S1 Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir, saya bermaksud untuk melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi dengan judul **"PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMARTPHONE XIAOMI (STUDI KASUS KONSUMEN XIAOMI DI KOTATANGERANG"**

Oleh karena itu, diperlukan dukungan dan partisipasi dari Bapak/Ibu, Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan sejujurnya dan benar adanya. Semua Informasi yang diberikan akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Setiap jawaban yang Bapak/Ibu dan Saudara/i berikan akan sangat bermanfaat. Terima kasih atas kesediaan waktu dan partisipasi dalam pengisian kuesioner ini.

Hormat Saya,

Fernando Chesar Matius

A. Identitas Responden

Mohon untuk melakukan pengisian data diri terlebih dahulu sebagian berikut :

- a. Nama :
- b. Jenis Kelamin : Laki - laki
 Perempuan
- c. Usia : _____ Tahun
- d. Pekerjaan :

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah tanda (√) pada kolom jawaban dibawah ini dengan keterangan sebagian berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral-

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

KUESIONER HARGA (X1)

Isilah dengan menggunakan tanda checklist (√) pada kotak yang Bapak/Ibu/Saudara/I pilih pada setiap pertanyaan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Smartphone xiaomi memiliki berbagai tingkatan harga yang bervariasi					
2	Smartphone xiaomi mempunyai harga yang terjangkau					
3	Smartphone xiaomi memiliki harga yang mampu bersaing dengan smartphone lain					
4	Smartphone xiaomi selalu memberikan harapan dalam kesesuaian harga					
5	Harga sesuai kualitas dengan keinginan konsumen smartphone xiaomi					
6	potongan harga diberikan kepada konsumen smartphone xiaomi jika membeli dalam jumlah banyak					
7	Informasi perubahan harga yang akurat selalu diberikan oleh smartphone xiaomi kepada setiap konsumen					
8	Harga smartphone xiaomi sesuai dengan harapan konsumen					
9	Smartphone xiaomi menerapkan transaksi yang mudah digunakan bagi konsumen					
10	Smartphone xiaomi memudahkan konsumen melakukan pembayaran dengan memberikan jangka waktu untuk pembayaran secara kredit dengan syarat dan ketentuan yang berlaku					

KUESIONER CITRA MEREK (X2)

Isilah dengan menggunakan tanda checklist (√) pada kotak yang Bapak/Ibu/Saudara/I pilih pada setiap pertanyaan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Merek smartphone xiaomi mudah di ingat oleh konsumen					
2	Merek smartphone xiaomi mudah di kenali oleh konsumen					
3	Dengan kesederhanaan merek smartphone xiaomi yang baik akan lebih menarik konsumen					
4	Dengan adanya pengakuan merek yang baik maka akan memberikan nilai tambah bagi smarphone xiaomi					
5	Dengan adanya citra merek pemakai yang baik konsumen akan melakukan pembelian ulang					
6	Dengan adanya kualitas merek yang baik maka ada kesesuaian produk yang di harapkan konsumen					
7	Smartphone xiaomi memiliki ciri khas yang unik untuk citra merek dia sendiri					
8	Smartphone xiaomi memiliki keunikan logo merek untuk menarik konsumen untuk membeli					
9	Smartphone xiaomi adalah merek smartphone yg sangat terkenal diantara merek yang lain					
10	Dari segi merek,smartphone xiaomi memiliki keunggulan tersendiri yg tidak dimiliki merek lain					

KUESIONER KUALITAS PRODUK (X3)

Isilah dengan menggunakan tanda checklist (√) pada kotak yang Bapak/Ibu/Saudara/I pilih pada setiap pertanyaan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Kegunaan fitur dan system smartphone xiaomi sudah sesuai dengan standar produk					
2	Smartphone xiaomi memiliki keunggulan di atas rata - rata smartphone yang lain					
3	Smartphone xiaomi mempunyai beragam bentuk type variasi					
4	Smartphone xiaomi mempunyai keberagaman dari segi bentuk maupun tampilannya					
5	Smartphone xiaomi mampu memberikan kenyamanan saat di genggam maupun saat di digunakan					
6	Smartphone xiaomi mampu menjalankan kesesuaian fiturnya dengan secara optimal dan bekerja sesuai dengan fungsinya					
7	Smartphone xiaomi memberikan kualitas produk yang bagus					
8	Smartphone xiaomi merupakan jenis merek memiliki daya tahan yang baik					
9	Smartphone xiaomi mampu memberikan jaminan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen					
10	Smartphone xiaomi mempunyai ketahanan yang cukup baik dalam waktu yang relative lama					

KUESIONER KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Isilah dengan menggunakan tanda checklist (√) pada kotak yang Bapak/Ibu/Saudara/I pilih pada setiap pertanyaan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya membeli smartphone xiaomi setelah mengetahui kelebihan dan juga harga produk					
2	Saya membeli smartphone xiaomi karena memiliki banyak varian warna dan type					
3	Saya membeli smartphone xiaomi karena menyukai dari segi kualitas dan daya tahan					
4	Saya membeli smartphone xiaomi dari berbagai pilihan merek yang lain					
5	Saya membutuhkan smartphone xiaomi sebagai alat komunikasi saya					
6	Saya membeli smartphone xiaomi karena memiliki merek yang mempunyai ketersediaan jumlah produk yang banyak					
7	Saya membeli smartphone xiaomi karena produk memberikan program promo waktu pembelian					
8	Saya membeli smartphone xiaomi karena untuk memenuhi kebutuhan kerja dan komunika					
9	Smartphone xiaomi merupakan produk yang mudah untuk di dapatkan oleh konsumen					
10	Saya membeli smartphone xiaomi karena toko nya berada di tempat yang strategis					

Lampiran 2

Harga (X1)											
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	T.X1
1	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	45
2	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	42
3	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	45
5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	44
6	3	3	3	3	4	3	2	3	5	3	32
7	5	5	5	5	5	3	4	5	3	3	43
8	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	47
9	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	45
10	2	2	1	2	2	3	3	3	1	3	22
11	3	3	5	2	3	5	3	5	4	5	38
12	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
13	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	47
14	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	45
15	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	46
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	17
19	2	2	1	1	2	4	2	3	3	4	24
20	1	1	3	3	4	3	4	4	2	3	28
21	5	5	3	5	2	3	5	2	3	3	36
22	5	5	4	4	4	4	3	5	3	4	41
23	5	5	3	5	3	4	4	5	3	4	41
24	5	5	5	4	4	4	2	4	3	4	40
25	4	4	3	3	3	4	5	3	3	4	36
26	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	34
27	4	4	3	3	3	2	2	4	3	2	30
28	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
29	5	5	5	5	4	3	2	3	3	3	38
30	2	2	4	4	3	1	4	3	2	1	26
31	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	35
32	5	5	3	4	3	4	2	3	4	4	37
33	3	3	3	3	4	3	5	3	2	3	32
34	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	38
35	3	3	5	3	3	2	3	4	5	2	33
36	5	5	4	4	3	1	5	3	3	1	34
37	2	2	3	2	5	3	3	4	3	3	30

38	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	37
39	5	5	3	4	2	3	4	3	5	3	37
40	4	4	5	3	3	2	4	3	4	2	34
41	5	5	4	2	4	4	4	3	3	4	38
42	5	5	4	4	4	3	4	5	4	3	41
43	3	3	5	4	3	3	5	3	4	3	36
44	1	1	4	3	4	3	2	3	4	3	28
45	4	4	4	3	4	4	3	5	3	4	38
46	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	35
47	4	4	4	5	3	2	4	3	5	2	36
48	2	2	4	3	4	4	4	3	2	4	32
49	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	32
50	5	5	4	4	4	3	5	3	5	3	41
51	3	3	4	3	3	4	2	4	5	4	35
52	3	3	5	3	4	4	4	3	5	4	38
53	5	5	5	4	3	5	5	4	3	5	44
54	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	37
55	4	4	4	3	5	3	5	3	4	3	38
56	3	3	3	5	4	2	3	5	3	2	33
57	2	2	3	5	3	4	4	3	2	4	32
58	5	5	2	3	5	3	5	4	4	3	39
59	5	5	2	5	4	2	4	3	3	2	35
60	5	5	4	3	4	4	4	3	3	4	39
61	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
62	5	5	3	2	2	2	4	3	2	2	30
63	2	2	2	3	3	4	3	3	5	4	31
64	3	3	2	2	3	2	4	3	3	2	27
65	2	2	2	1	2	2	2	4	3	2	22
66	5	5	2	3	4	4	4	3	3	4	37
67	4	4	3	2	2	2	3	3	4	2	29
68	2	2	3	4	4	2	5	3	3	2	30
69	5	5	4	4	2	2	4	2	4	2	34
70	2	2	3	3	4	2	4	3	4	2	29
71	3	3	3	3	3	4	3	2	2	4	30
72	2	2	3	5	5	3	5	3	4	3	35
73	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	33
74	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	32
75	4	4	3	2	4	2	4	3	4	2	32
76	4	4	2	4	3	3	3	4	4	3	34
77	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	34
78	2	2	2	3	4	2	3	4	3	2	27
79	4	4	3	3	2	4	3	3	4	4	34

80	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	33
81	4	4	4	2	5	2	5	3	3	2	34
82	3	3	4	4	4	5	4	3	2	5	37
83	2	2	4	2	3	3	3	2	4	3	28
84	2	2	3	3	4	5	3	4	5	5	36
85	2	2	3	2	4	3	2	4	2	3	27
86	3	3	3	4	5	5	4	3	5	5	40
87	2	2	4	4	3	3	3	4	2	3	30
88	5	5	4	5	4	3	4	3	4	3	40
89	5	5	5	3	4	4	3	4	2	4	39
90	5	5	4	2	3	3	3	4	2	3	34
91	5	5	3	4	2	2	3	4	3	2	33
92	5	5	3	3	3	4	3	2	3	4	35
93	2	2	2	3	4	3	3	2	4	3	28
94	2	2	2	3	4	2	2	3	4	2	26
95	3	3	2	4	3	4	3	2	3	4	31
96	5	5	4	4	3	2	5	3	4	2	37
97	2	2	2	4	4	4	3	4	2	4	31
98	5	5	4	3	2	4	3	4	3	4	37
99	4	4	3	2	2	2	5	3	4	2	31
100	3	3	4	3	3	3	4	4	5	3	35
101	4	4	2	3	3	3	2	3	4	3	31
102	2	2	3	4	3	4	3	2	3	4	30
103	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	32
104	2	2	2	3	3	4	4	3	2	4	29
105	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3	38
106	4	4	4	2	3	4	4	2	3	4	34
107	4	4	4	4	2	2	4	3	3	2	32
108	4	4	3	4	4	3	4	5	1	3	35
109	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	44
110	4	4	2	4	3	2	2	3	4	2	30
111	5	5	2	2	3	4	3	2	4	4	34
112	2	2	2	3	4	3	5	2	4	3	30
113	4	4	2	3	5	3	2	3	4	3	33
114	2	2	3	4	2	4	4	3	3	4	31
115	5	5	2	4	3	2	4	3	4	2	34
116	5	5	2	3	4	4	4	2	3	4	36
117	4	4	4	3	5	3	2	4	3	3	35
118	3	3	4	2	3	4	3	4	3	4	33
119	3	3	2	3	5	3	2	3	4	3	31
120	2	2	3	4	2	4	4	3	2	4	30
121	3	3	2	3	5	4	3	4	2	4	33

122	4	4	4	3	2	4	4	3	2	4	34
123	4	4	3	4	2	3	3	4	2	3	32
124	5	5	2	4	3	3	3	2	4	3	34
125	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	30
126	3	3	4	3	2	3	2	3	4	3	30
127	2	2	4	3	4	2	2	3	4	2	28
128	3	3	3	4	3	2	3	4	3	2	30
129	3	3	4	2	2	3	3	4	2	3	29
130	2	2	3	3	3	4	4	3	2	4	30



Lampiran 3

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

39	3	3	4	3	4	2	5	4	2	2	32
40	5	4	3	4	5	2	3	3	2	3	34
41	2	5	4	3	2	4	3	2	4	3	32
42	5	3	3	3	2	2	5	5	4	3	35
43	2	2	3	4	3	5	3	4	3	4	33
44	2	2	3	4	3	4	3	4	3	2	30
45	5	3	4	3	2	3	4	2	5	5	36
46	2	4	3	2	1	3	4	3	4	4	30
47	2	3	2	4	3	4	2	3	4	2	29
48	2	3	5	3	2	5	3	4	3	2	32
49	4	2	2	3	2	4	4	3	4	2	30
50	2	2	3	3	3	4	4	4	4	1	30
51	5	4	3	3	4	4	2	3	3	4	35
52	3	3	3	4	4	4	5	5	1	1	33
53	2	4	3	5	4	3	3	4	4	2	34
54	4	4	1	5	4	3	4	3	2	4	34
55	5	2	3	4	1	5	3	4	4	2	33
56	2	4	3	1	5	4	3	3	4	3	32
57	2	4	5	4	3	4	3	3	5	2	35
58	5	5	3	4	3	4	4	3	4	3	38
59	5	4	3	5	2	4	3	2	4	3	35
60	5	2	3	4	2	4	3	3	4	2	32
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
62	2	3	3	3	4	2	1	1	4	3	26
63	5	3	3	3	2	3	4	3	3	2	31
64	5	4	4	3	3	2	3	3	3	2	32
65	3	2	2	4	3	1	4	3	3	1	26
66	5	4	3	2	4	2	2	3	2	2	29
67	4	4	3	3	2	2	3	4	3	3	31
68	5	4	2	3	3	4	1	3	4	4	33
69	4	4	3	2	3	4	2	4	4	3	33
70	5	2	4	2	4	4	3	4	2	4	34
71	2	4	3	2	3	4	4	2	2	4	30
72	4	3	2	3	4	3	3	5	4	3	34
73	5	3	2	4	4	2	3	2	4	3	32
74	2	2	3	3	4	4	3	2	3	1	27
75	5	3	4	2	4	3	2	4	3	2	32
76	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	29
77	2	3	4	2	3	4	2	3	4	2	29
78	5	4	5	2	3	4	2	3	4	3	35
79	2	3	4	3	2	4	2	4	3	2	29
80	4	2	4	3	2	4	4	3	3	4	33

81	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	32
82	2	2	3	3	3	3	4	4	5	5	34
83	5	2	3	4	3	2	4	2	3	4	32
84	2	3	4	3	3	2	4	5	3	3	32
85	3	4	4	3	3	2	2	3	4	3	31
86	3	2	3	4	3	4	2	4	4	3	32
87	2	3	4	3	3	2	4	4	3	3	31
88	5	5	4	4	3	5	3	4	3	4	40
89	5	3	4	3	2	4	2	3	4	2	32
90	5	3	4	2	3	4	2	3	4	4	34
91	5	4	3	2	4	3	2	3	4	3	33
92	3	2	4	2	3	4	2	5	3	4	32
93	2	3	4	4	2	3	3	2	4	3	30
94	2	4	3	2	4	2	5	4	4	3	33
95	2	2	3	2	3	4	2	3	1	4	26
96	5	3	4	2	4	2	3	3	4	2	32
97	4	3	4	2	3	3	4	2	4	2	31
98	5	4	2	3	4	2	4	3	2	4	33
99	2	4	3	4	2	4	5	3	3	4	34
100	5	4	2	3	4	2	4	3	3	4	34
101	3	2	4	3	4	3	3	2	3	3	30
102	3	4	3	3	4	2	4	2	2	3	30
103	2	3	4	3	2	3	4	2	3	5	31
104	2	4	5	3	4	4	2	3	1	3	31
105	4	4	2	3	4	3	5	3	4	2	34
106	4	3	4	2	4	3	3	2	3	2	30
107	3	4	4	4	4	3	2	2	4	3	33
108	5	5	4	5	3	4	4	4	4	3	41
109	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	42
110	4	3	2	4	3	3	2	4	3	2	30
111	3	4	2	4	3	5	3	2	4	2	32
112	2	3	4	3	3	3	2	5	4	3	32
113	2	4	3	2	4	2	4	2	4	5	32
114	5	2	3	4	2	3	3	4	3	4	33
115	5	4	4	3	3	2	2	3	2	4	32
116	2	3	4	2	3	4	3	2	4	3	30
117	5	3	2	3	4	4	2	2	3	3	31
118	2	4	2	3	4	3	2	4	2	4	30
119	2	3	4	2	3	4	2	3	4	2	29
120	2	4	3	2	3	4	2	4	3	4	31
121	4	3	4	3	2	4	2	4	3	2	31
122	5	3	4	2	2	3	4	3	4	2	32

123	5	3	4	3	4	3	3	4	3	4	36
124	4	2	4	2	3	4	2	4	2	3	30
125	2	4	3	2	3	4	3	3	4	4	32
126	4	3	2	3	4	2	3	3	3	2	29
127	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	32
128	5	3	4	3	4	4	3	4	2	3	35
129	4	3	4	2	3	4	3	3	4	2	32
130	2	3	5	3	4	2	3	4	2	3	31



Lampiran 4

Kualitas Produk (X3)											
No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	T.X3
1	5	4	5	4	3	3	4	4	5	4	41
2	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	44
3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	45
5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	42
6	3	3	3	3	4	3	4	4	2	2	31
7	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
8	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
9	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
10	2	1	3	3	2	1	3	4	3	2	24
11	3	2	5	5	3	4	3	4	3	4	36
12	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
13	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
14	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	45
15	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	46
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	18
19	2	2	3	3	2	1	1	1	3	2	20
20	1	2	3	2	3	5	4	3	2	3	28
21	5	2	2	3	4	3	4	3	3	4	33
22	5	5	4	3	4	5	2	2	2	3	35
23	5	4	5	3	3	4	4	3	5	5	41
24	5	4	3	4	2	4	4	3	2	5	36
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	3	4	2	5	5	5	3	3	3	37
27	4	4	5	5	3	3	4	4	3	3	38
28	4	4	3	3	4	4	4	5	5	3	39
29	5	5	3	3	3	2	2	3	3	2	31
30	2	3	4	3	2	3	4	3	3	4	31
31	4	3	5	4	3	3	4	4	2	4	36
32	5	3	4	3	4	3	4	3	5	5	39
33	3	3	4	4	3	2	5	5	5	3	37
34	4	5	2	1	4	2	4	3	1	4	30
35	3	3	4	4	2	2	1	5	1	1	26
36	5	5	3	3	5	4	2	3	3	2	35
37	2	3	4	2	4	5	4	3	2	5	34
38	4	3	3	5	5	3	2	2	3	2	32

39	5	3	4	2	2	3	4	4	5	3	35
40	4	2	4	5	5	2	3	3	2	3	33
41	5	4	3	3	4	4	3	2	2	1	31
42	5	4	3	4	1	3	2	4	4	5	35
43	3	4	3	2	3	3	4	3	4	2	31
44	1	4	3	3	3	3	4	3	2	4	30
45	4	4	2	3	3	5	4	3	2	5	35
46	5	5	5	1	3	4	2	4	3	4	36
47	4	3	3	4	3	2	4	3	4	5	35
48	2	5	4	3	4	4	3	2	3	4	34
49	4	4	3	2	3	4	3	2	2	1	28
50	5	3	4	3	4	5	2	3	3	3	35
51	3	4	3	2	4	3	4	2	3	3	31
52	3	5	4	4	3	4	2	4	5	4	38
53	5	4	3	2	4	3	4	3	3	5	36
54	4	2	4	3	5	4	3	4	2	4	35
55	4	5	3	3	4	4	3	4	3	3	36
56	3	5	2	4	3	4	3	5	2	4	35
57	2	5	4	3	2	4	3	4	4	1	32
58	5	5	3	4	2	2	3	3	3	3	33
59	5	4	4	3	4	3	2	4	4	3	36
60	5	3	2	4	3	2	4	3	4	2	32
61	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	40
62	5	3	2	3	2	3	2	4	2	3	29
63	2	3	2	3	2	4	4	3	3	4	30
64	3	3	2	3	3	4	2	1	3	3	27
65	2	3	1	4	3	4	3	2	5	4	31
66	5	4	2	3	2	2	2	3	3	4	30
67	4	3	4	2	4	5	2	3	4	4	35
68	2	2	3	3	3	3	4	3	2	3	28
69	5	5	3	2	4	2	4	3	3	1	32
70	2	4	5	4	2	3	4	4	2	2	32
71	3	4	3	2	3	2	4	2	4	1	28
72	2	3	4	4	3	2	5	5	4	3	35
73	4	2	4	2	4	2	4	2	5	3	32
74	4	3	3	3	2	4	2	3	4	2	30
75	4	4	3	2	3	4	2	3	2	4	31
76	4	4	3	3	3	2	2	4	3	2	30
77	4	2	4	2	3	3	4	3	4	2	31
78	2	3	4	3	2	4	3	4	2	3	30
79	4	3	3	3	3	4	4	5	3	1	33
80	4	2	4	4	3	4	2	3	3	4	33

81	4	4	2	2	4	3	4	3	2	5	33
82	3	4	3	3	2	4	3	5	3	2	32
83	2	2	4	3	2	4	3	2	4	3	29
84	2	4	3	2	4	5	3	2	4	1	30
85	2	3	4	3	3	3	3	2	2	5	30
86	3	2	4	4	4	3	4	4	4	3	35
87	2	3	4	3	3	4	2	4	3	3	31
88	5	2	3	4	4	3	2	3	3	4	33
89	5	3	2	4	2	3	4	2	4	5	34
90	5	3	4	2	3	4	3	4	2	4	34
91	5	4	2	3	4	2	3	2	4	3	32
92	5	3	4	2	3	4	2	3	4	3	33
93	2	3	4	3	4	4	3	2	5	2	32
94	2	3	3	4	4	3	3	2	3	4	31
95	3	2	4	5	2	4	3	4	2	4	33
96	5	3	4	2	3	2	4	2	4	5	34
97	2	4	2	4	3	3	2	4	3	1	28
98	5	2	4	3	4	2	4	3	2	4	33
99	4	2	4	2	3	3	5	2	3	4	32
100	3	4	2	4	3	2	4	4	2	2	30
101	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	33
102	2	4	3	2	3	4	3	3	3	4	31
103	3	3	4	2	3	4	2	3	4	3	31
104	2	3	5	4	3	2	3	2	4	4	32
105	4	5	4	4	3	2	3	4	5	4	38
106	4	3	2	4	3	2	4	4	3	4	33
107	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	35
108	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	40
109	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	45
110	4	2	3	2	4	2	3	4	3	2	29
111	5	4	3	4	3	4	2	4	2	3	34
112	2	3	4	3	2	4	3	3	4	3	31
113	4	4	5	2	3	4	3	4	2	3	34
114	2	4	3	2	4	3	4	3	4	3	32
115	5	4	3	4	2	3	2	3	4	3	33
116	5	3	4	2	3	4	2	3	4	3	33
117	4	3	2	3	4	2	3	4	3	4	32
118	3	4	5	3	2	4	3	4	4	2	34
119	3	2	4	2	4	2	2	4	3	3	29
120	2	3	4	2	3	4	3	3	4	2	30
121	3	4	2	3	4	3	2	4	4	3	32
122	4	3	2	4	3	2	4	3	4	2	31

123	4	3	2	4	3	4	2	3	4	3	32
124	5	2	4	3	4	2	4	2	3	3	32
125	3	3	4	4	4	2	2	4	2	3	31
126	3	4	3	2	4	2	3	4	3	4	32
127	2	4	3	4	3	2	3	4	3	4	32
128	3	4	3	2	3	4	3	4	2	3	31
129	3	3	4	2	4	3	2	4	3	4	32
130	2	3	4	3	2	4	3	4	2	3	30



Lampiran 5

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

39	3	4	3	5	3	4	4	3	4	5	38
40	2	4	3	4	2	4	2	3	4	4	32
41	4	4	3	3	4	3	2	5	3	3	34
42	3	4	5	4	3	4	3	2	4	4	36
43	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	36
44	3	2	3	4	3	4	2	3	4	4	32
45	4	3	5	3	4	2	4	4	5	3	37
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
47	2	4	3	5	2	4	3	2	5	5	35
48	4	4	3	2	4	4	5	5	3	2	36
49	3	3	2	4	3	2	4	3	4	4	32
50	3	5	3	5	3	4	3	4	5	5	40
51	4	2	4	5	4	3	4	3	2	5	36
52	4	4	3	5	4	3	3	4	2	5	37
53	5	5	4	3	5	4	3	2	4	3	38
54	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	34
55	3	5	3	4	3	4	3	4	2	4	35
56	2	3	5	3	2	5	4	3	4	3	34
57	4	4	3	2	4	3	4	3	4	2	33
58	3	5	4	4	3	2	3	4	3	4	35
59	2	4	3	3	2	4	1	4	3	3	29
60	4	4	3	3	4	2	3	3	4	3	33
61	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	46
62	2	4	3	2	2	3	1	3	2	2	24
63	4	3	3	5	4	2	4	3	4	5	37
64	2	4	3	3	2	3	1	4	3	3	28
65	2	2	4	3	2	4	2	3	3	3	28
66	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	33
67	2	3	3	4	2	4	2	3	4	4	31
68	2	5	3	3	2	4	3	3	4	3	32
69	2	4	2	4	2	5	3	4	2	4	32
70	2	4	3	4	2	4	3	2	3	4	31
71	4	3	2	2	4	2	3	4	4	2	30
72	3	5	3	4	3	4	2	3	4	4	35
73	3	3	4	2	3	3	2	3	3	2	28
74	3	3	4	2	3	4	2	3	4	2	30
75	2	4	3	4	2	3	3	3	2	4	30
76	3	3	4	4	3	3	2	2	3	4	31
77	4	4	3	3	4	3	2	4	3	3	33
78	2	3	4	3	2	4	2	4	3	3	30
79	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	35
80	3	4	3	3	3	2	2	5	3	3	31

81	2	5	3	3	2	3	4	3	4	3	32
82	5	4	3	2	5	3	3	4	2	2	33
83	3	3	2	4	3	2	3	4	4	4	32
84	5	3	4	5	5	4	4	4	3	5	42
85	3	2	4	2	3	4	3	2	4	2	29
86	5	4	3	5	5	3	2	4	3	5	39
87	3	3	4	2	3	4	3	2	4	2	30
88	3	4	3	4	3	2	5	3	4	4	35
89	4	3	4	2	4	3	2	4	4	2	32
90	3	3	4	2	3	4	3	5	4	2	33
91	2	3	4	3	2	4	3	3	4	3	31
92	4	3	2	3	4	5	2	3	4	3	33
93	3	3	2	4	3	4	2	4	3	4	32
94	2	2	3	4	2	3	4	4	3	4	31
95	4	3	2	3	4	2	4	3	2	3	30
96	2	5	3	4	2	3	3	4	2	4	32
97	4	3	4	2	4	3	2	4	2	2	30
98	4	3	4	3	4	2	2	4	4	3	33
99	2	5	3	4	2	4	5	3	4	4	36
100	3	4	4	5	3	3	2	3	1	5	33
101	3	2	3	4	3	2	4	2	2	4	29
102	4	3	2	3	4	4	2	3	4	3	32
103	3	2	4	3	3	4	2	3	4	3	31
104	4	4	3	2	4	2	3	3	3	2	30
105	3	3	4	5	3	2	3	4	3	5	35
106	4	4	2	3	4	2	3	2	4	3	31
107	2	4	3	3	2	2	2	3	5	3	29
108	3	4	5	1	3	5	4	4	5	1	35
109	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	43
110	2	2	3	4	2	4	3	5	2	4	31
111	4	3	2	4	4	2	3	4	3	4	33
112	3	5	2	4	3	2	4	2	3	4	32
113	3	2	3	4	3	2	4	2	3	4	30
114	4	4	3	3	4	2	2	4	2	3	31
115	2	4	3	4	2	5	3	4	1	4	32
116	4	4	2	3	4	3	3	2	2	3	30
117	3	2	4	3	3	4	2	3	1	3	28
118	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	33
119	3	2	3	4	3	2	3	4	3	4	31
120	4	4	3	2	4	3	4	2	5	2	33
121	4	3	4	2	4	2	4	4	3	2	32
122	4	4	3	2	4	3	3	2	4	2	31

123	3	3	4	2	3	4	3	2	4	2	30
124	3	3	2	4	3	2	3	4	3	4	31
125	3	2	3	4	3	3	3	2	3	4	30
126	3	2	3	4	3	4	3	4	2	4	32
127	2	2	3	4	2	3	4	3	4	4	31
128	2	3	4	3	2	3	4	3	4	3	31
129	3	3	4	2	3	4	2	3	3	2	29
130	4	4	3	2	4	3	4	3	4	2	33

Lampiran 6

Frekuensi Harga (X1)

Harga 1

Tingkat Harga					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5
	2	27	20.8	20.8	22.3
	3	22	16.9	16.9	39.2
	4	38	29.2	29.2	68.5
	5	41	31.5	31.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Harga 2

Harga Ternjangkau					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5

	2	27	20.8	20.8	22.3
	3	22	16.9	16.9	39.2
	4	38	29.2	29.2	68.5
	5	41	31.5	31.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Harga 3

Harga Bersaing					
		Frequenc		Valid	Cumulative
		y	Percent	Percent	Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5
	2	26	20.0	20.0	21.5
	3	38	29.2	29.2	50.8
	4	45	34.6	34.6	85.4
	5	19	14.6	14.6	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Harga 4

Kesesuaian Harga					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
					Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5
	2	18	13.8	13.8	15.4

	3	49	37.7	37.7	53.1
	4	42	32.3	32.3	85.4
	5	19	14.6	14.6	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

HARGA 5

Harga Sesuai Kualitas					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	19	14.6	14.6	15.4
	3	47	36.2	36.2	51.5
	4	45	34.6	34.6	86.2
	5	18	13.8	13.8	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

HARGA 6

Diskon Khusus					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5
	2	26	20.0	20.0	21.5
	3	45	34.6	34.6	56.2
	4	46	35.4	35.4	91.5
	5	11	8.5	8.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Harga 7

Informasi Perubahan Harga					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	21	16.2	16.2	16.2

	3	40	30.8	30.8	46.9
	4	47	36.2	36.2	83.1
	5	22	16.9	16.9	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Harga 8

Sesuai Harapan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	14	10.8	10.8	11.5
	3	60	46.2	46.2	57.7
	4	36	27.7	27.7	85.4
	5	19	14.6	14.6	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Harga 9

Transaksi Mudah					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2.3	2.3	2.3
	2	23	17.7	17.7	20.0
	3	41	31.5	31.5	51.5
	4	43	33.1	33.1	84.6
	5	20	15.4	15.4	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Harga 10

Jangka Waktu Pembayaran					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5
	2	26	20.0	20.0	21.5
	3	45	34.6	34.6	56.2

	4	46	35.4	35.4	91.5
	5	11	8.5	8.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Frekuensi Citra Merek (X2)

Citra Merek 1

Mudah Di Ingat					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	3.1	3.1	3.1
	2	38	29.2	29.2	32.3
	3	16	12.3	12.3	44.6
	4	25	19.2	19.2	63.8
	5	47	36.2	36.2	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Citra Merek 2

Mudah Di Kenali					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5
	2	22	16.9	16.9	18.5
	3	41	31.5	31.5	50.0
	4	41	31.5	31.5	81.5
	5	24	18.5	18.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Citra Merek 3

Sederhana

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5
	2	18	13.8	13.8	15.4
	3	46	35.4	35.4	50.8
	4	50	38.5	38.5	89.2
	5	14	10.8	10.8	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Citra Merek 4

Memberikan Nilai Tambah					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2.3	2.3	2.3
	2	25	19.2	19.2	21.5
	3	52	40.0	40.0	61.5
	4	30	23.1	23.1	84.6
	5	20	15.4	15.4	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Citra Merek 5

Pembelian Ulang					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	3.1	3.1	3.1
	2	22	16.9	16.9	20.0
	3	51	39.2	39.2	59.2
	4	42	32.3	32.3	91.5
	5	11	8.5	8.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Citra Merek 6

Kesesuaian Produk					
--------------------------	--	--	--	--	--

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	24	18.5	18.5	19.2
	3	34	26.2	26.2	45.4
	4	52	40.0	40.0	85.4
	5	19	14.6	14.6	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Citra Merek 7

Ciri Khusus					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2.3	2.3	2.3
	2	29	22.3	22.3	24.6
	3	40	30.8	30.8	55.4
	4	39	30.0	30.0	85.4
	5	19	14.6	14.6	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Citra Merek 8

Keunikan Logo					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	23	17.7	17.7	18.5
	3	47	36.2	36.2	54.6
	4	39	30.0	30.0	84.6
	5	20	15.4	15.4	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Citra Merek 9

Merek Terkenal					
----------------	--	--	--	--	--

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	4.6	4.6	4.6
	2	15	11.5	11.5	16.2
	3	38	29.2	29.2	45.4
	4	59	45.4	45.4	90.8

Citra Merek 10

Mempunyai keunggulan Tersendiri					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	3.8	3.8	3.8
	2	30	23.1	23.1	26.9
	3	44	33.8	33.8	60.8
	4	37	28.5	28.5	89.2
	5	14	10.8	10.8	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Frekuensi Kualitas Produk (X3)

Kualitas Produk 1

Kegunaan Produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5
	2	27	20.8	20.8	22.3
	3	22	16.9	16.9	39.2
	4	38	29.2	29.2	68.5
	5	41	31.5	31.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Kualitas Produk 2

Keunggulan Produk					
--------------------------	--	--	--	--	--

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	20	15.4	15.4	16.2
	3	44	33.8	33.8	50.0
	4	45	34.6	34.6	84.6
	5	20	15.4	15.4	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Kualitas Produk 3

Bentuk Produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	21	16.2	16.2	16.9
	3	40	30.8	30.8	47.7
	4	49	37.7	37.7	85.4
	5	19	14.6	14.6	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Kualitas Produk 4

Kegunaan Produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5
	2	32	24.6	24.6	26.2
	3	42	32.3	32.3	58.5
	4	42	32.3	32.3	90.8
	5	12	9.2	9.2	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Kualitas Harga 5

Kenyamanan					
-------------------	--	--	--	--	--

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	23	17.7	17.7	18.5
	3	49	37.7	37.7	56.2
	4	44	33.8	33.8	90.0
	5	13	10.0	10.0	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Kualitas Produk 6

Kesesuaian Fitur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5
	2	30	23.1	23.1	24.6
	3	33	25.4	25.4	50.0
	4	49	37.7	37.7	87.7
	5	16	12.3	12.3	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Kualitas Produk 7

Kualitas Produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2.3	2.3	2.3
	2	30	23.1	23.1	25.4
	3	36	27.7	27.7	53.1
	4	50	38.5	38.5	91.5
	5	11	8.5	8.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Kualitas Produk 8

Jenis Produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5
	2	21	16.2	16.2	17.7
	3	44	33.8	33.8	51.5
	4	50	38.5	38.5	90.0
	5	13	10.0	10.0	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Kualitas Produk 9

Jaminan Produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5
	2	30	23.1	23.1	24.6
	3	41	31.5	31.5	56.2
	4	38	29.2	29.2	85.4
	5	19	14.6	14.6	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Kualitas Produk 10

Ketahanan Produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	7.7	7.7	7.7
	2	20	15.4	15.4	23.1
	3	39	30.0	30.0	53.1
	4	44	33.8	33.8	86.9
	5	17	13.1	13.1	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Frekuensi Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian 1

Harga Produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5
	2	26	20.0	20.0	21.5
	3	45	34.6	34.6	56.2
	4	46	35.4	35.4	91.5
	5	11	8.5	8.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian 2

Varian Produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	21	16.2	16.2	16.2
	3	40	30.8	30.8	46.9
	4	47	36.2	36.2	83.1
	5	22	16.9	16.9	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian 3

Kesukaan Pada Produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	14	10.8	10.8	11.5
	3	60	46.2	46.2	57.7
	4	36	27.7	27.7	85.4
	5	19	14.6	14.6	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian 4

Kualitas Produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2.3	2.3	2.3
	2	23	17.7	17.7	20.0
	3	41	31.5	31.5	51.5
	4	43	33.1	33.1	84.6
	5	20	15.4	15.4	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian 5

Berdasarkan Kebutuhan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5
	2	26	20.0	20.0	21.5
	3	45	34.6	34.6	56.2
	4	46	35.4	35.4	91.5
	5	11	8.5	8.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian 6

Ketersediaan Produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	31	23.8	23.8	23.8
	3	35	26.9	26.9	50.8
	4	48	36.9	36.9	87.7
	5	16	12.3	12.3	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian 7

Program Promo					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2.3	2.3	2.3
	2	29	22.3	22.3	24.6
	3	53	40.8	40.8	65.4
	4	30	23.1	23.1	88.5
	5	15	11.5	11.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Keputusan pembelian 8

Manfaat Produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.5	1.5	1.5
	2	21	16.2	16.2	17.7
	3	42	32.3	32.3	50.0
	4	49	37.7	37.7	87.7
	5	16	12.3	12.3	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Keputusan pembelian 9

Mudah Di Temukan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	3.8	3.8	3.8
	2	19	14.6	14.6	18.5
	3	39	30.0	30.0	48.5
	4	47	36.2	36.2	84.6
	5	20	15.4	15.4	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian 10

Lokasi Strategis					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2.3	2.3	2.3
	2	23	17.7	17.7	20.0
	3	41	31.5	31.5	51.5
	4	43	33.1	33.1	84.6
	5	20	15.4	15.4	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

LAMPIRAN 7

Uji Validitas dan Reabilitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	130	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.775	10

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	30.98	25.364	.559	.739
X1.2	30.98	25.364	.559	.739
X1.3	31.26	26.908	.509	.747
X1.4	31.22	27.477	.490	.750
X1.5	31.21	28.895	.353	.767
X1.6	31.38	28.113	.436	.757
X1.7	31.13	29.076	.321	.771
X1.8	31.22	28.469	.421	.759
X1.9	31.25	28.765	.318	.772
X1.10	31.38	28.113	.436	.757

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	130	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.735	10

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	30.33	26.301	.249	.745
X2.2	30.41	24.228	.607	.681
X2.3	30.46	27.491	.324	.724
X2.4	30.59	25.205	.503	.697
X2.5	30.63	27.584	.298	.728
X2.6	30.40	26.645	.377	.717
X2.7	30.57	25.844	.420	.710
X2.8	30.48	26.763	.366	.718
X2.9	30.46	26.623	.385	.716
X2.10	30.70	25.390	.476	.701

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	130	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.698	10

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	30.20	22.440	.327	.683
X3.2	30.40	23.606	.311	.683
X3.3	30.39	22.860	.397	.669
X3.4	30.65	23.313	.334	.680
X3.5	30.54	23.258	.378	.673
X3.6	30.52	23.244	.319	.682
X3.7	30.61	22.705	.397	.669
X3.8	30.49	23.384	.354	.676
X3.9	30.56	22.574	.383	.671
X3.10	30.59	22.166	.381	.671

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	130	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

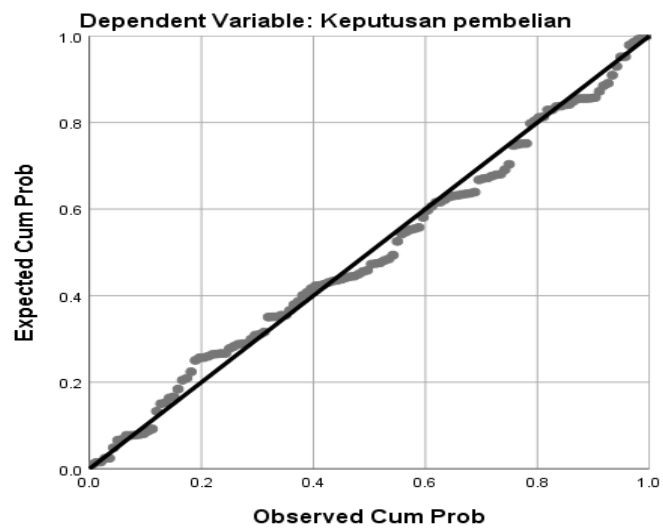
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.731	10

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	30.55	22.761	.467	.698
Y.2	30.31	24.525	.249	.730
Y.3	30.40	23.265	.431	.704
Y.4	30.43	22.294	.461	.698
Y.5	30.55	22.761	.467	.698
Y.6	30.47	23.894	.307	.722
Y.7	30.65	23.003	.403	.707
Y.8	30.42	23.935	.316	.720
Y.9	30.40	23.234	.347	.717
Y.10	30.43	22.294	.461	.698

Lampiran 8

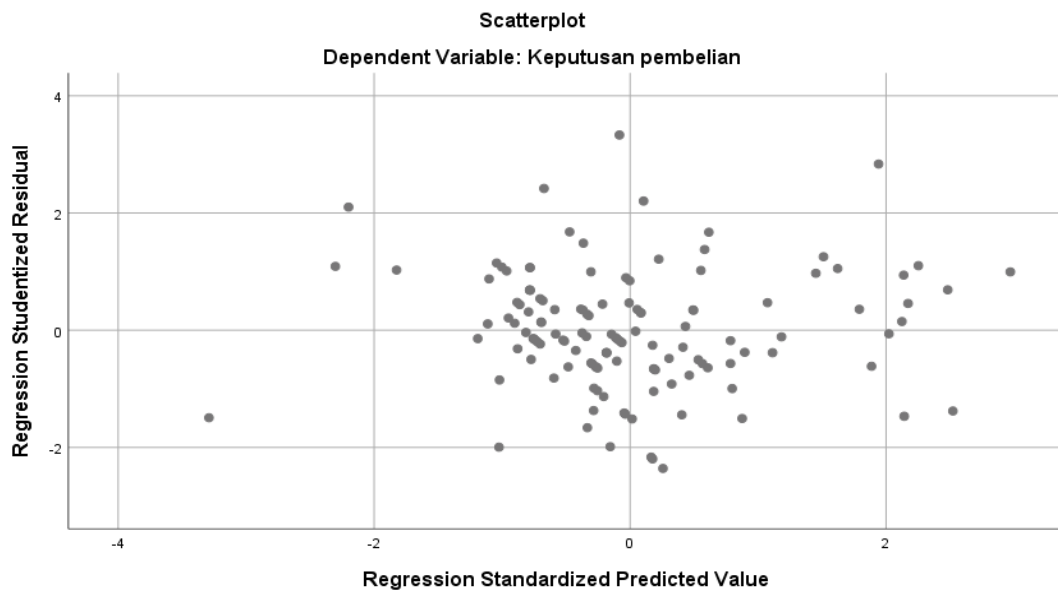
Uji Asumsi Klasik

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.57091703
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.056
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Harga	.303	3.296
	Citra Merek	.338	2.958
	Kualitas Produk	.254	3.944



Lampiran 9

Uji hipotesis

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.854	1.550		2.487	.014
	Harga	.506	.072	.553	7.018	.000
	Citra Merek	.186	.070	.198	2.651	.009
	Kualitas Produk	.181	.087	.180	2.089	.039

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.873 ^a	.762	.757	2.601
a. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Citra merek, harga				
b. Dependent Variable: Keputusan pembelian				

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.854	1.550		2.487	.014
	Harga	.506	.072	.553	7.018	.000
	Citra Merek	.186	.070	.198	2.651	.009
	Kualitas Produk	.181	.087	.180	2.089	.039
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2734.283	3	911.428	134.687	.000 ^b
	Residual	852.640	126	6.767		
	Total	3586.923	129			
a. Dependent Variable: Keputusan pembelian						
b. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Citra merek, HARGA						

LAMPIRAN 10

Tabel r untuk df 101-150

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
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801

Tabel t df (121-160)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

**Titik Persentase Distribusi F untuk
Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (n1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

