

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di *Family Fried chicken*, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang relevan dan positif antara variabel Produk (X1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

Dari hasil total 110 orang yang mengikuti survei yang penulis bagikan mengenai pengaruh produk, harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian *Family Fried chicken*. Artinya produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai T hitung sebesar 2,262 yang lebih besar daripada nilai kritis 1,659, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima, yaitu “produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)”. Terlihat nilai R-squarednya adalah 0,499. Nilai tersebut berarti besarnya pengaruh produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 49,9%, sedangkan keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 50,1%.

2. Terdapat pengaruh yang relevan dan positif antara variabel Harga (X2) pada variabel Keputusan Pembelian (Y)

Dari tanggapan kuisioner pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian *Family Fried chicken*, dengan total responden 110 orang, yang dialokasikan oleh penulis. Oleh karena itu, dia menegaskan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Diketahui Dengan nilai T hitung sebesar 1,905 yang lebih besar daripada nilai kritis 1,659, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima. Artinya, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), Terlihat nilai R Square sebesar 0,473. Nilai tersebut berarti pengaruh harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 47,3%, sedangkan 52.7% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain.

3. Terdapat pengaruh yang relevan dan positif antara variabel Promosi (X_3) pada variabel Keputusan Pembelian (Y)

Dari hasil tanggapan kuisioner pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian *Family Fried chicken*, dengan jumlah responden sebanyak 110 orang, yang dialokasikan oleh penulis. Oleh karena itu, dia menegaskan promosi berdampak positif terhadap keputusan pembelian. Diketahui nilai T hitung sebesar 4,522 lebih besar > 1,659 maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya “terdapat pengaruh Promosi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y)”. Dengan nilai $R^2(rsquare)$ sebesar 0,565, dapat disimpulkan bahwa pengaruh Promosi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) mencapai

sekitar 56,5%. Sementara itu, 43,5% sisanya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak termasuk dalam model

..

4. Terdapat pengaruh yang relevan dan positif antara variabel Produk (X1), variabel Harga (X2) dan variabel Promosi (X3) secara bersamaan pada variabel Keputusan Pembelian (Y)

Dari Tabel 4.64 Model Summary, terlihat nilai R squer sebesar 0,624, yang mengindikasikan bahwa pengaruh dari Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian mencapai 62,4%. Selanjutnya, pada Tabel 4.64 ANOVA, nilai F hitung sebesar 58,676, yang lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi 0,000 (kurang dari 0,005). Hasil uji F (uji simultan) menunjukkan bahwa seluruh variabel independen Produk (X1), Harga (X2), dan Promosi (X3) memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) *pada Family Fried chicken*.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

- a. Melalui penelitian ini, penulis menemukan bahwa produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian..
- b. penulis menemukan bahwa harga mempunyai pengaruh pada keputusan pembelian.
- c. Hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa program promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

- d. Melalui penelitian penulis menunjukkan bahwa variabel produk, variabel harga dan variabel promosi secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

2. Implikasi Manajerial

Penulis menyarankan agar perusahaan lebih memperhatikan, berpikir lebih hati-hati dan meningkatkan produk, harga dan promosi jika ingin mengambil sebuah keputusan pembelian.

3. Implikasi Metodologi

Dalam penelitian ini, penulis memilih metode penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner selama periode 11 November 2023 hingga 8 Desember 2023, dan berhasil mengumpulkan respon dari 118 responden. Data respon tersebut kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SPSS Statistic versi 25.

C. Saran

Hasil dari penelitian kali ini dapat ditarik kesimpulan diketahui yaitu produk, harga dan iklan secara parsial dan simultan mempunyai pengaruh yang positif dan relevan terhadap pengambilan keputusan pembelian Berikut saran penulis:

1. Bagi perusahaan

Produk *Family Fried chicken* memiliki harga yang terjangkau, dan promosi yang masih memiliki potensi pengembangan untuk meningkatkan

keputusan pembelian. Karena adanya pengaruh positif dari produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian, disarankan untuk melakukan penyempurnaan dan peningkatan pada aspek-aspek tersebut.

2. Peneliti selanjutnya

- a) Penulis ingin menambahkan lebih banyak variabel independen karena hal ini tidak menghalangi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini untuk mempunyai dampak positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b) SM Berdasarkan penjelasan dan pembahasan kesimpulan pada Bab IV di atas, penulis berharap penelitian ini dapat menjadi referensi atau bahan penelitian dan juga bermanfaat bagi peneliti lain yang berminat pada permasalahan yang sama di kemudian hari.
- c) Penulis meyakini bahwa penelitian berikutnya akan menetapkan batasan-batasan yang lebih spesifik dan mengarahkan penelitian ke arah yang lebih pasti, dengan tujuan mencapai hasil yang lebih baik dan lebih substansial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyani, H., & Mahfud, M. (2021). *populasi dan teknik sampel (Fenomena Pernikahan dibawah Umur Masyarakat 5.0 di Kota/Kabupaten X)*. June, 0–25.
- Bisnis, J., & Belakang, L. (2020). *Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk muslim army*. 10, 1–12.
- Ernestivita, G. (2018). Analisis Pengaruh Place, Promotion, Dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage Di Pt Sucoriners Central Gani Cabang Kediri. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 1(2), 10–20. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v1i2.455>
- Fadilah, N. (2020). *Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah*. 1(2).
- Fajar Tri Hermawan. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi. *STIE Indonesia*, 53(9), 1689–1699.
- Firman, A., Pembelian, K., & Kunci, K. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah*. 5(2), 1549–1562.
- Gram, H. (2020). *CUNY Academic Works Keynesian Uncertainty : The Great Divide between Joan Robinson and Paul Samuelson in their Correspondence and Public Exchanges How does access to this work benefit you ? Let us know ! Keynesian Uncertainty : The Great Divide between Joan Robinson and*.
- Haerun Nisa. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Anugrah Jaya Trimar. In *Skripsi*.
- Ii, B. A. B., & Pustaka, A. D. (2018). *Buchari Alma, Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa , (Bandung: ALFABETA, 2013)*, 179. 8. 8–35.
- Imron, I. (2019). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang*. 5(1Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *determinasi keputusan pembelian : harga , promosi dan kualitas produk (literature review manajemen pemasaran)*. 3(4), 392–403.
- Manado, T. S. (n.d.). *Penulis adalah dosen tetap pada jurusan Tarbiyah STAIN Manado*.
- Mangkunegara. (2017). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan PT. Vosen Pratita Kemindo. *Landasanteori.Com*, 2012, 72.
- Maria, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap

- Keputusan Pembelian Pada Pt.Kallista Prima. *Repository.Buddhidharma.Ac.Id*.
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi : 59*, 59, 290572.
- Nugraha, G. I. K. (2019). Analisis dan Penerapan Bauran Promosi Pada Toko Adore Batam. *IEEE International Conference on Circuit, Power and Computing Technologies, ICCPCT 2015*.
- Praestuti, C. (2020). *Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire*. 10(1), 21–24.
- Pratiwi, A. (2019). *Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus 212 Mart Cikaret pendahuluan Latar Belakang Masalah P*
- Produk, P. K., & Dan, B. I. (2022). *No Title*.
- Produk, P., & Promosi, D. A. N. (2019). *Pengaruh produk, harga, tempat, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen*.
- Produk, P., Promosi, H. D. A. N., & Pembelian, T. K. (2022). *Fakultas bisnis universitas buddhi dharma tangerang 2022*.
- Prof. Dr. Ir. Raihan, M. si. (2017). Metodologi Penelitian. *Universitas Islam Jakarta*, 186.
- Ricky Andrean. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Surya Utama Fibertek. *Skripsi*, 13.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen pemasaran*.
- Salehah, A. (2018). *Manajemen Kearsipan Dalam Ketatausahaan Di Min 3 Pringsewu*. 1–114.
- Samsu. (2017). Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development. In *Diterbitkan oleh: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA)*.
- Srisusilawati, P., Ibrahim, M. A., & Ganjar, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran Syariah dalam Minat Beli Konsumen*. november 2018.
- Supriyanto, M., & Taali, M. (2018). *pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap pengambilan keputusan menginap di the sun hotel madiun*. 2.
- Yogi Sumirat, M. (2018). Pengaruh pemasaran interaktif terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Distro Dloops Bandung). *Repository.Unisba.Ac.Id*, 53(9), 1–116.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Agus Tiyo
Tempat, Tanggal Lahir	: Tangerang, 7 Maret 2002
Jenis Kelamin	: Laki laki
Agama	: Buddha
Status	: Belum Menikah
Alamat	: Kedaung Wetan RT/RW 004/001, Neglasari Kota Tangerang Provinsi Banten
Pekerjaan	: Pegawai Swasta dan Mahasiswa
Kewarganegaraan	: Indonesia
No.Telepon	: 081289669701
Email	: agustiyo334@gmail.com
IPK Terakhir	: 3.40



Riwayat Pendidikan

2008-2012 SDN Rawa Kompeni

2012-2014 SDN Kedaung Wetan 5

2014-2017 SMP Dharma Widya

2017-2020 SMK Dharma Widya

2021-Sekarang Universitas Buddhi Dharma

L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran 1 Pemohonan Pengisian Kuesioner

Responden yang terhormat

Perkenalkan saya Agus Tiyo Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Tangerang. Sehubungan dengan penyusunan tugas akhir (skripsi) saya dengan judul “PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FAMILY FRIED CHICKEN , saya bermaksud untuk memohon ketersediaan teman-teman untuk mengisi kuesioner sebagai berikut dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan pendapat masing-masing.

Jawaban yang diberikan hanya akan dipergunakan untuk kepentingan akademis dan dijaga kerahasiaannya.

Atas waktu, perhatian, dan bantuan yang telah diberikan Bapak/Ibu serta teman-teman untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,



Peneliti

(AGUS TIYO)

Lampiran 2 Cara Mengisian kuesioner

KUESIONER

A. Identitas Kuesioner

Nama Lengkap :

Email :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Usia :

10 sampai 15	1
16 sampai 20	2
21 sampai 25	3
26 sampai 30	4
>31	5

Sudah pernah /
Mencoba family
fried chicken : ☐ Sudah ☐ Belum

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (√) pada yang kotak yang tersedia dan pilihlah dengan jawaban yang dianggap tepat.

Keterangan :

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1point
- b. Tidak Setuju (TS) : 2 point
- c. Cukup Setuju (CS) : 3point
- d. Setuju (S) : 4 point
- e. Sangat Setuju (SS) : 5 point

Produk (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	ST
1	Produk pada Family fried chicken memiliki tampilan kemasan yang menarik perhatian					
2	Kemasan produk sangat aman dan tidak mudah mengalami kebocoran					
3	Family fried chicken memiliki banyak varian menu					
4	Produk yang dijual memiliki keunikan tersendiri					
5	Family fried chicken selalu punya inovasi rasa baru					
6	Produk Family fried chicken dapat dikonsumsi oleh masyarakat luas					
7	Produk Family fried chicken dapat diterima dengan baik oleh masyarakat					
8	Produk sesuai dengan keinginan konsumen					
9	Produk Family fried chicken memiliki mutu yang baik					
10	Family fried chicken menjaga kebersihan produk					

Harga (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	ST
1	Family fried chicken memberikan informasi terkait daftar harga produknya					
2	Family fried chicken selalu memberikan info jika ada perubahan harga produk					
3	Family fried chicken menawarkan harga produk yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat					
4	Family fried chicken memberikan harga yang bervariasi sesuai dengan setiap menu yang ditawarkan					
5	Family fried chicken memberikan harga yang wajar sesuai dengan mutu produk					
6	Harga keseluruhan pada Family fried chicken lebih murah dibandingkan frechiken dari luar negeri					
7	Sistem pembayaran pada Family fried chicken					

	sangat mudah					
8	Family fried chicken juga melayani sistem pembayaran non-tunai atau cashless					
9	Harga produk yang ditawarkan Family fried chicken lebih terjangkau dari harga produk yang ditetapkan oleh kompetitor sejenis					
10	Harga produk tertentu yang ditawarkan Family fried chicken sangat sesuai dengan kualitas yang diberikan dari pada kompetitor sejenis					

Promosi (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	ST
1	Tampilan iklan promosi yang diberikan terlihat menarik perhatian					
2	Family fried chicken memberikan promosi melalui iklan di sosial media seperti facebook, instagram dan lainnya					
3	Informasi mengenai promosi produk dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat luas					
4	Penyampaian promosi produk sangat mudah dimengerti oleh konsumen					
5	Family fried chicken melakukan promosi pada periode waktu tertentu					
6	Family fried chicken sering memberikan promosi kepada konsumen					
7	Family fried chicken meberikan potongan harga yang besar sesuai dengan kuantitas pembelian nya					
8	Promosi yang diberikan oleh Family fried chicken sangat menarik					
9	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Family fried chicken sangat baik dan memuaskan					
10	Adanya penawaran varian lain dari produk yang ditawarkan oleh karyawan Family fried chicken kepada konsumen					

Keputusan pembelian (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	ST
1	Saya membeli produk family fried chicken karena produk sesuai dengan keinginan saya					
2	Saya membeli produk karena terlihat menarik dan menggiurkan					
3	Saya melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan family fried chicken selalu tersedia					
4	Saya memutuskan untuk membeli produk family fried setelah membandingkan produknya dengan Brand lain					
5	saya memutuskan membeli produk family fried chicken karena harga produk yang terjangkau					
6	Saya membeli produk karena harga family fried chicken lebih sesuai dibandingkan harga umkm di sekitaran lokasi					
7	Saya membeli produk karena promosi yang diberikan sangat menarik					
8	Saya membeli produk family fried chicken karena melihat promosi produk di online food					
9	Saya membeli produk karena lokasi outlet family fried chicken sangat strategis dan mudah dijangkau					
10	Saya membeli produk pada family fried chicke karena informasi yang saya dapatkan dari orang sekitar outlet					

Lampiran 3 Jawaban kuesioner

Identitas Semua Responden

Data Identitas Semua Responden

No	kelamin	Nama Lengkap	Usia	pernah / Belum	Email
1	Pria	Rendy Kurniadi	19	pernah	rendykurniadi11@gmail.com
2	Wanita	wardani	31	pernah	wardanwardah@gmail.com
3	Pria	Vincent	22	pernah	lievincent1@gmail.com
4	Pria	Yogi Pribadi Sasmita	30	pernah	yogipribadisasmita@gmail.com
5	Pria	Agus Setiawan	27	pernah	agus78600@gmail.com
6	Wanita	caroline stefany	21	pernah	cstefany1302@gmail.com
7	Pria	Debby Saputra	27	pernah	debbysaputra2103@gmail.com
8	Wanita	Cynthia Marchelina	21	pernah	cynthiamarcelina15@gmail.com
9	Wanita	Vivi Sida Yanthi	21	pernah	vivisidayanthi1302@gmail.com
10	Wanita	Riyanti Teresa	19	pernah	riyantiteresa76@gmail.com
11	Pria	Kamal Hidayat	24	pernah	kamalhidayatarrosiid@gmail.com
12	Wanita	Resti Septiani	29	pernah	restiseptiani@gmail.com
13	Wanita	Yopiana Agatha	25	pernah	Yopianaagatha@gmail.com
14	Wanita	Diana Iskandar	20	pernah	dianaiscntk111@gmail.com
15	Pria	Khoirul Anas	21	pernah	Khoirulanas528@gmail.com
16	Wanita	Ardha Octa Finada	23	belum	ardhafin11@gmail.com
17	Pria	Leonardo Andrean	22	pernah	andreaanleonardo1@gmail.com
18	Wanita	Cesil	20	pernah	cesil0806@gmail.com
19	Pria	Dhika viranando	16	pernah	Anathadhika5@gmail.com
20	Pria	Try Kurniadi	28	pernah	trykurniadi@yahoo.com
21	Wanita	Claudia Anathapindhika	25	pernah	claudiaanatha@gmail.com
22	Wanita	Enal Marziah Jacob	30	pernah	Enaljacobsilabban@gmail.com
23	Wanita	Yunie	21	pernah	Yunie090393@gmail.com
24	Wanita	Mulyana	49	pernah	Mulyanaolyan.@com
25	Wanita	Chinti	27	pernah	chintinatalia96@gmail.com
26	Pria	Sendhi dhamarta	21	pernah	Sendhidhamarta@gmail.com
27	Wanita	Lestari	30	pernah	Tarii.poen@gmail.com
28	Pria	D. Aditya	25	pernah	aditspv27@gmail.com
29	Pria	Nicky Che	22	pernah	nickyche2001@gmail.com
30	Pria	Muhamad ipan	21	pernah	lfanvan2210@gmail.com
31	Pria	M.SAHLAN	26	pernah	sahlanskuy178@gmail.com
32	Wanita	Elisa Marcela	20	pernah	hrdalisan4@gmail.com
33	Pria	Micko surya wijaya	20	pernah	mickosuryawijaya100@gmail.com
34	Pria	Denis Setiawan	17	pernah	denissetiawan627@gmail.com
35	Pria	Andi Lim	32	pernah	liemandy1628@gmail.com
36	Pria	NICKY	28	belum	nickylimm257@gmail.com
37	Wanita	Tiara Berliana	20	pernah	tiaraberliana497@gmail.com
38	Pria	Nicholas Thimotius	20	belum	nicholasthimotiusbbot@gmail.com
39	Wanita	Gusliana Dewi	34	pernah	d3w1x1ng@gmail.com
40	Pria	Buday	34	pernah	budi.vad@gmail.com
41	Wanita	Jesselyn	21	belum	jesselynh2@gmail.com
42	Wanita	widya	23	pernah	widwidyaningrum2000@gmail.com

43	Pria	Tirsa W	21	pernah	wijaya.tirsa1@gmail.com
44	Wanita	Desi	20	belum	desiananatalialia23@gmail.com
45	Wanita	Indah Martines Pratiwi	21	pernah	Indahmartiness@gmail.com
46	Wanita	Cornelisia	21	pernah	Cornelisialilie2002@gmail.com
47	Pria	Erwin Setia Fauzi Nugraha	26	pernah	erwinsfn@gmail.com
48	Wanita	Fanie yolanda	19	pernah	Fanieyolanda112@gmail.com
49	Wanita	Sepvani	21	pernah	sepvani30@gmail.com
50	Pria	Muhamad Rusdi	23	pernah	rusdiyantoyanto18@gmail.com
51	Pria	Guntur	24	belum	Balabala@gmail.com
52	Pria	Daniel	23	pernah	Danieltjiu731@gmail.com
53	Wanita	erika	26	pernah	errikaoey@gmail.com
54	Pria	Mustopa	21	pernah	Mus@gmail.com
55	Pria	Marcello Lambert	27	pernah	shicello@gmail.com
56	Pria	Herdi	23	pernah	herz131313@gmail.com
57	Pria	Angga wijaya	21	pernah	angga.wijaya092004@gmail.com
58	Wanita	Pricillia Agatha	13	pernah	pricilliaagatha28@gmail.com
59	Pria	Aldi	25	pernah	aldijulio1998@gmail.com
60	Wanita	Monica Chandra	21	pernah	Monicachndraa@gmail.com
61	Pria	Alvin wijaya	21	pernah	vinwijaya23@gmail.com
62	Wanita	Lydia Agnestasya	21	pernah	Agnestasyalydia@gmail.com
63	Wanita	Iren	21	pernah	Renirene103@gmail.com
64	Pria	Fajar Gerrard	18	pernah	fajargerrard1@gmail.com
65	Pria	Irfan	25	pernah	irfansanjaya44@gmail.com
66	Pria	Ken William	20	pernah	kenwilliam1404@gmail.com
67	Pria	Mario	22	pernah	Mariokeren15@gmail.com
68	Wanita	shindi mellia	21	pernah	smelliashindi@gmail.com
69	Wanita	mutiara tri andriani	25	pernah	mutiaratriandriani14@gmail.com
70	Pria	Daniel Ferdinand Salim	17	pernah	danielferlim@gmail.com
71	Pria	Wawan	32	pernah	wan2triii@gmail.com
72	Pria	Conglay	15	pernah	Conglay@gmail.com
73	Pria	Niko Citra Wijaya	21	pernah	wijayaniko456@gmail.com
74	Wanita	Angel	21	pernah	angellina98016@gmail.com
75	Wanita	Valencia tanu	21	pernah	Valenciatanu27@gmail.com
76	Wanita	Soei Lan	21	pernah	soeilan26@gmail.com
77	Pria	Oliandrue Tantowi Confuciano	22	pernah	oliandrue01@gmail.com
78	Pria	Stefen	22	pernah	Stfen13@gmail.com
79	Pria	Yonardo Davinchi	20	pernah	Yonardo041@gmail.com
80	Pria	Cayanto	26	pernah	Kimjeffri41@gmail.com
81	Pria	Ferdinand	16	pernah	Ferdinandoey0@gmail.com
82	Pria	Erwan	22	pernah	erwantan18@gmail.com
83	Wanita	Sinkei	20	pernah	Sinmei256@gmail.com
84	Wanita	Lisa Indy	21	pernah	lisaindy24@gmail.com
85	Wanita	Vanesa Denny	21	pernah	vanesadny@gmail.com
86	Wanita	Desya caroline	19	pernah	Desyacaroline21062004@gmail.com
87	Wanita	Reni renata	19	pernah	renirenatarenirenata@gmail.com
88	Pria	Theo Andrianto	21	pernah	theoandrian25@gmail.com
89	Wanita	Sari Dewi	24	pernah	Saridewi24387@gmail.com
90	Wanita	Caroline	24	pernah	camarcellaa07@gmail.com
91	Wanita	Dinda	19	pernah	azzahraadinda012@gmail.com
92	Wanita	Yolanda Utami	21	pernah	Yolautami07@gmail.com
93	Pria	Sanricky Wijaya	24	pernah	sanrickyw@gmail.com
94	Pria	Susanto	23	pernah	Susantojaya54@gmail.com

95	Wanita	Silvi	21	pernah	silvvii26@gmail.com
96	Wanita	Tarissa	21	pernah	Tarissa629@gmail.com
97	Pria	Yosua	21	pernah	Yosua090102@gmail.com
98	Wanita	Trisna halim	19	pernah	Trisnahalim09@gmail.com
99	Pria	Hansen	26	pernah	hansen66@gmai.com
100	Pria	Nicky Wijaya	19	pernah	lengkoyyahahha@gmail.com
101	Pria	Sevtian	26	pernah	ksevtian15@gmail.com
102	Pria	Muhamad Saifudin	24	pernah	udinaltodani@gmail.com
103	Pria	Ali Furqon	27	pernah	alifurqon913@gmail.com
104	Pria	Lucky wijaya	21	pernah	luckypijay17@gmail.com
105	Pria	Naryadi	24	pernah	rajagadai551@gmail.com
106	Pria	Syauki Maulana Azis	22	pernah	syaukimaulanaazis@gmail.com
107	Wanita	Desya	21	pernah	desyanatalie95@gmail.com
108	Wanita	Annisa Fransisca	21	pernah	Annisafransisca06@gmail.com
109	Wanita	Ika Riyanti Erwina	23	pernah	ikariyantierwina61@gmail.com
110	Pria	Indrawan wigina	22	pernah	Indrawanwiguna540@gmail.com
111	Wanita	vika oktavianti	30	pernah	vika.oktavianti025@gmail.com
112	Wanita	Nurul oktaviani	23	pernah	Oktavianinurul057@gmail.com
113	Wanita	RANTIKA OCTAVIANI	21	pernah	octarantika95@gmail.com
114	Wanita	Falencia Thania	18	pernah	falenciathania185@gmail.com
115	Wanita	Mutiara	25	pernah	Mutiaratriandriani14@gmail.com
116	Wanita	Eka Gustiana	30	pernah	Ekagstnaa@gmail.com
117	Pria	Thio lim	21	pernah	Thio334@gmail.com
118	Pria	Leo Huang	23	pernah	Huangleo67@gmail.com

NOTE	Jumlah responden yang mengisi ada 118 responden
	110 responden yang di pakain untung uji pada penelitian ini (dikarenakan 6 responden belum pernah coba family fried chicken dan 2 responden mengis asal asalan)
	6 responden yang belum coba familny fried chicken di tandai dengan tabel nama responden warna orage
	2 responden yang mengis asal asal asalan di tandai dengan tabel nama responden warna merah

Jawaban Variabel Produk (X1)

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Jumlah
1	4	5	4	5	4	2	4	5	4	5	42
2	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	42
3	4	3	5	4	3	5	4	4	5	4	41
4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
6	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
7	4	4	3	3	3	3	5	4	3	5	37
8	3	4	4	4	4	5	3	2	3	3	35
9	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
10	5	4	5	4	4	5	5	3	4	5	44
11	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	36
12	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
13	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	46
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
16	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	46
17	4	3	3	3	3	5	5	4	4	5	39
18	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
19	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
20	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	46
21	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	41
22	3	5	5	4	5	4	5	4	5	5	45
23	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	42
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	4	4	5	5	3	3	3	4	5	40
27	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	44
28	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	46
29	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	44
30	4	3	4	4	3	5	5	4	5	4	41
31	3	4	4	4	4	5	5	3	4	5	41
32	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	47
33	3	3	4	3	4	5	5	5	3	4	39
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	35
37	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
38	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	44
39	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	47
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
41	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42

20	5	4	4	5	5	3	4	5	4	4	43
21	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	41
22	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
23	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	38
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	43
27	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	46
28	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
29	4	5	4	4	5	4	5	5	3	4	43
30	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	45
31	5	4	4	3	4	3	4	5	4	3	39
32	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	43
33	4	4	5	5	5	5	3	3	2	4	40
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	4	3	3	4	4	5	4	4	3	3	37
37	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	47
38	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
39	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	35
46	3	3	4	5	4	2	4	2	4	3	34
47	4	3	4	3	4	2	3	3	3	4	33
48	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
49	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	46
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	46
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
53	3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	40
54	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	45
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	5	4	3	5	4	4	5	4	5	5	44
58	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	46
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
63	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
64	4	4	4	4	2	2	4	4	5	3	36
65	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
66	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39

67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	41
69	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	42
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
72	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
74	3	3	4	3	4	5	4	4	3	3	36
75	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	46
76	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48
77	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	41
78	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
80	4	3	3	4	5	5	4	3	5	4	40
81	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	46
82	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
83	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
84	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	46
85	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	41
86	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	44
87	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
88	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
89	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
90	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	41
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
95	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
96	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	42
97	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	41
98	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
99	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	45
100	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	42
101	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	43
102	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	44
103	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	36
104	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	44
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
106	5	5	5	5	5	5	3	4	5	3	45
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
108	3	5	3	5	3	5	3	3	5	5	40
109	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	41
110	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	42

42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	35
46	4	1	3	3	2	1	3	3	3	4	27
47	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	26
48	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	37
49	4	5	4	5	4	4	3	5	5	5	44
50	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
51	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	46
52	3	3	4	5	5	5	5	5	1	1	37
53	4	3	3	4	4	5	4	4	5	5	41
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	5	5	4	3	3	5	4	4	4	5	42
58	4	4	3	4	4	4	4	5	5	3	40
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	42
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	42
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
64	3	3	3	4	4	3	3	4	5	4	36
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
67	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	41
69	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	44
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	4	3	3	3	3	3	5	4	4	3	35
72	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	44
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
74	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	34
75	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
76	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
80	3	2	2	2	3	2	2	3	4	4	27
81	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	46
82	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	36
83	4	5	3	4	3	4	3	3	4	4	37
84	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
85	3	4	3	3	2	2	2	2	5	4	30
86	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45

16	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
17	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	33
18	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	35
19	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	45
20	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	41
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
22	5	3	5	4	5	5	3	4	5	4	43
23	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	33
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	3	4	2	4	2	2	3	4	2	30
27	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	35
30	5	5	4	3	5	3	4	3	5	5	42
31	4	4	2	3	4	3	3	3	4	3	33
32	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	44
33	5	4	4	3	3	5	3	2	5	1	35
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	3	3	3	3	4	3	2	2	3	2	28
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	46
38	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
39	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	46
40	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	35
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	35
46	4	4	3	4	3	3	2	3	3	5	34
47	3	3	4	2	4	3	2	4	2	4	31
48	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
49	5	5	4	3	5	4	4	3	5	5	43
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	46
52	3	2	1	3	3	4	2	2	3	3	26
53	3	3	5	5	4	4	4	3	4	4	39
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	5	5	4	5	5	3	3	5	5	5	45
58	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	36
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	44

61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	4	3	5	4	4	5	4	5	3	5	42
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
64	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	37
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	5	4	3	2	3	3	3	3	4	4	34
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
69	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	4	4	5	5	4	5	3	3	4	3	40
72	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	46
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
74	4	4	4	5	4	3	3	4	4	5	40
75	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	44
76	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
80	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	45
81	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4	44
82	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	38
83	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	36
84	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
85	5	4	4	3	4	4	3	3	4	5	39
86	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	44
87	5	3	5	5	4	5	5	5	5	4	46
88	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	46
89	5	5	5	4	4	3	5	3	5	5	44
90	4	4	4	5	4	4	4	5	5	3	42
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
93	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	35
97	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	40
98	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
99	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
101	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
102	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	45
103	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	35
104	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	45
105	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	41

106	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	46
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
108	3	3	5	3	5	5	5	5	3	5	42
109	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	43
110	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48



Lampiran 4 Hasil SPSS

Distribusi Demografi Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki- Laki	56	50.9	50.9	50.9
	Perempuan	54	49.1	49.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10-15	2	1.8	1.8	1.8
	16-20	22	20.0	20.0	21.8
	21-25	63	57.3	57.3	79.1
	26-30	17	15.5	15.5	94.5
	>31	6	5.5	5.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Validitas Produk (X1)

pernyataan	r hitung / Pearson <i>Correlation</i>	r tabel (taraf sig 5%)	keterangan
X1.1	0.640	0.1874	Valid
X1.2	0.596		
X1.3	0.686		
X1.4	0.660		
X1.5	0.617		
X1.6	0.545		
X1.7	0.553		
X1.8	0.581		
X1.9	0.671		
X1.10	0.648		

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Validitas Harga (X2)

pernyataan	r hitung / Pearson <i>Correlation</i>	r tabel (taraf sig 5%)	keterangan
X2.1	0.641	0.1874	Valid
X2.2	0.714		
X2.3	0.664		
X2.4	0.660		
X2.5	0.650		
X2.6	0.594		
X2.7	0.680		
X2.8	0.597		
X2.9	0.593		
X2.10	0.705		

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Validitas Promosi (X3)

pernyataan	r hitung / Pearson <i>Correlation</i>	r tabel (taraf sig 5%)	keterangan
X3.1	0.664	0.1874	Valid
X3.2	0.735		
X3.3	0.779		
X3.4	0.766		
X3.5	0.796		
X3.6	0.760		
X3.7	0.703		
X3.8	0.812		
X3.9	0.665		
X3.10	0.651		

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Validitas Keputusan pembelian (Y)

pernyataan	r hitung / Pearson <i>Correlation</i>	r tabel (taraf sig 5%)	keterangan
Y.1	0.674	0.1874	Valid
Y.2	0.732		
Y.3	0.769		
Y.4	0.708		
Y.5	0.726		
Y.6	0.725		
Y.7	0.775		
Y.8	0.723		
Y.9	0.693		
Y.10	0.622		

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Reabilitas X1 (PRODUK)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.817	10

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Reabilitas X2 (HARGA)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.846	10

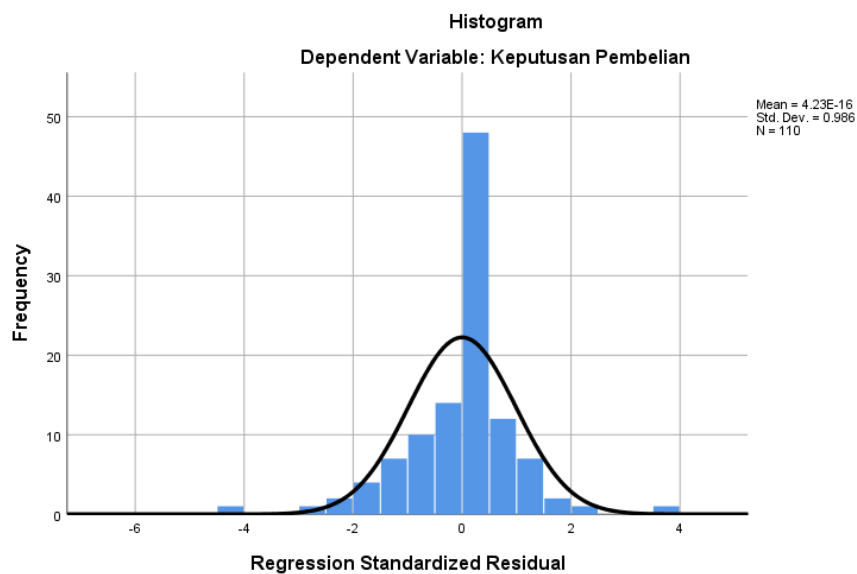
(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Reabilitas X3 (PROMOSI)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.905	10

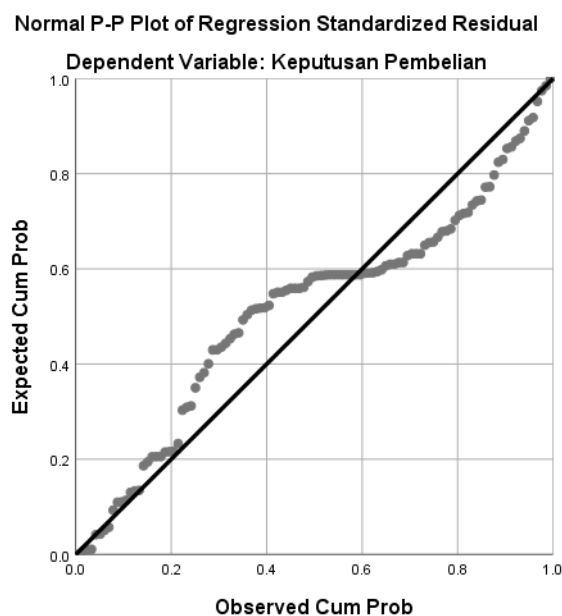
(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Gambar Hasil Uji Normalitas – Grafik Histrogram



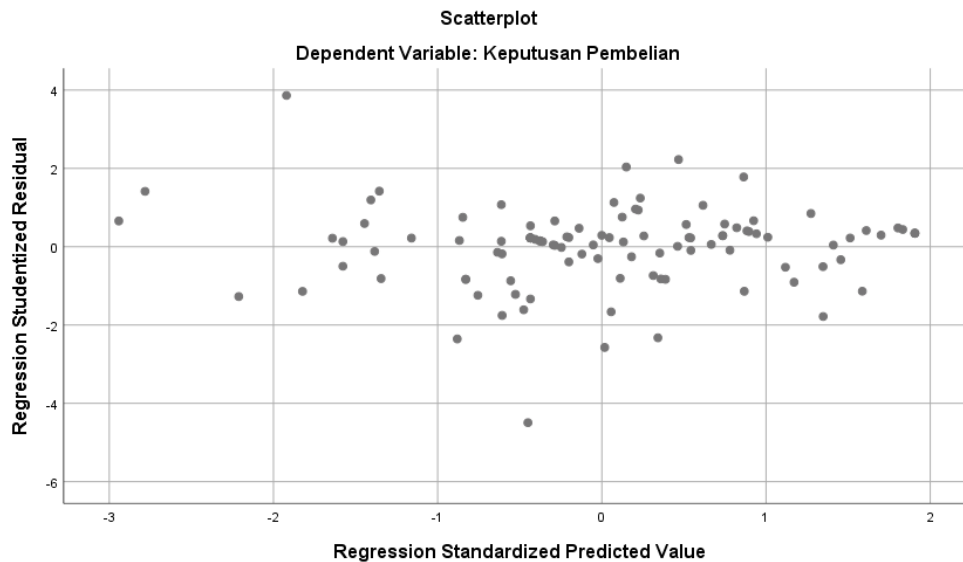
Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Gambar Hasil Uji Normalitas – Normal Probability Plot



Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Gambar Hasil Uji Heteroskedastistas dengan Scatterplot



Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.770	3.506		.219	.827		
	Produk	.304	.135	.232	2.262	.026	.336	2.972
	Harga	.235	.124	.190	1.905	.059	.358	2.791
	Promosi	.423	.094	.439	4.522	.000	.377	2.654

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Regresi Sederhana X1 terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.706 ^a	.499	.494	3.701

a. Predictors: (Constant), PRODUK

Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Hasil Uji T Pengaruh produk (X1) keputusan pembelian (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.001	3.783		.598
	PRODUK	.926	.089	.706	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Regresi Sederhana X2 terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 ^a	.473	.468	3.795

a. Predictors: (Constant), HARGA

Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Hasil Uji T Pengaruh Harga (X2) keputusan pembelian (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.491	3.731		.231
	HARGA	.855	.087	.688	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Regresi Sederhana X3 terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 ^a	.565	.561	3.449

a. Predictors: (Constant), PROMOSI

Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Hasil Uji T Pengaruh Promosi (X3) keputusan pembelian (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.288	2.537		4.450	.000
	PROMOSI	.725	.061	.752	11.842	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.770	3.506		.219	.827
	Total_x1	.304	.135	.232	2.262	.026
	Total_x2	.235	.124	.190	1.905	.059
	Total_x3	.423	.094	.439	4.522	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Korelasi Berganda

Correlations

		Produk	Harga	Promosi	Keputusan Pembelian
Produk	Pearson Correlation	1	.765**	.751**	.706**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000

	N	110	110	110	110
Harga	Pearson Correlation	.765**	1	.731**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110
Promosi	Pearson Correlation	.751**	.731**	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.706**	.688**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1843.381	3	614.460	58.676	.000 ^b
	Residual	1110.037	106	10.472		
	Total	2953.418	109			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), PROMOSI, HARGA, PRODUK

Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1843.381	3	614.460	58.676	.000 ^b
	Residual	1110.037	106	10.472		
	Total	2953.418	109			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), PROMOSI, HARGA, PRODUK

Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Tabel r untuk df = 1 – 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189

36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655

77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211
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
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578

159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304

200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298
-----	--------	--------	--------	--------	--------

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

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

42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731

97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954



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



Lampiran 5 Wawancara

Berikut adalah hasil wawancara penulis dengan pemilik *family fried chicken* pada hari minggu 28 Januari 2024

Pewawancara (PW): Selamat siang, saya senang berada di sini bersama ko yogi , perwakilan dari *Family Fried Chicken*. Bagaimana kabar hari ini?

Perwakilan Family Fried Chicken (PFF): Hai, saya baik-baik saja adik . Terima kasih atas kesempatan ini.

PW: Mari kita mulai dengan membahas produk. Apa yang membuat ayam goreng dari *Family Fried Chicken* begitu istimewa?

PFF: Ayam goreng kami di *Family Fried Chicken* dibuat dengan menggunakan ayam segar berkualitas tinggi dan bumbu rahasia kami yang unik. Kami selalu berusaha untuk memberikan cita rasa yang khas dan memuaskan bagi pelanggan kami.

PW: Bagaimana *Family Fried Chicken* menanggapi permintaan konsumen akan variasi produk?

PFF: Kami memahami bahwa keinginan pelanggan bisa bervariasi. Oleh karena itu, kami secara berkala mengembangkan menu baru dan variasi produk agar dapat memenuhi selera yang beragam. Selain ayam goreng, kami juga menyajikan berbagai pilihan sampingan dan minuman.

PW: Bagaimana strategi *Family Fried Chicken* dalam menentukan harga produknya?

PFF: Kami selalu berusaha agar harga produk kami sejalan dengan kualitas yang kami tawarkan. Kami melakukan riset pasar secara berkala untuk memastikan bahwa harga-harga kami bersaing di pasar.

PW: Bagaimana *Family Fried Chicken* mempromosikan produknya kepada pelanggan?

PFF: Kami aktif menggunakan berbagai strategi promosi. Mulai dari diskon reguler, paket hemat, hingga program loyalitas pelanggan. Kami juga hadir di media sosial untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan dan menyampaikan informasi terkini.

PW: Bagaimana promosi tersebut mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan?

PFF: Promosi yang kami tawarkan tentu memiliki dampak positif. Diskon dan paket hemat seringkali menjadi insentif bagi pelanggan untuk memilih Family Fried Chicken. Program loyalitas juga membantu dalam mempertahankan pelanggan setia.

PW: Terima kasih atas jawaban Anda. Apakah ada pesan terakhir atau informasi tambahan yang ingin Anda sampaikan kepada pelanggan *potensial Family Fried Chicken*?

PFF: Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pelanggan setia kami. Serta mengundang semua orang untuk mencoba dan merasakan sendiri kelezatan ayam goreng dan menu lainnya di Family Fried Chicken. Kami berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan kami. Terima kasih banyak.

