

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari evaluasi & penjelasan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa "Pengaruh Kualitas Produk, Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Medis di PT. Ocean Medika Indonesia (OMI)" memiliki dampak tertentu. Rincian kesimpulan ini dapat ditemukan dalam bab-bab sebelumnya yang membahas pengaruh variabel kualitas produk, produk, & harga pada keputusan pembelian alat medis di perusahaan tersebut.

1. Kesimpulan Umum

Dari hasil analisis data & pembahasan pada bab sebelumnya tentang "Pengaruh Kualitas produk, Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Medis pada PT. Ocean Medika Indonesia (OMI)", penulis dapat menarik kesimpulan yakni :

a. Pengaruh Kualitas Produk (X1) pada Keputusan Pembelian

Produk (Y) Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dari 100 responden, Kualitas produk mendapatkan respon positif, dan sebagian besar responden menyatakan setuju. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Medis.

b. Pengaruh Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian Produk (Y)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dari 100 responden, Produk produk mendapatkan respon positif, dan sebagian besar responden menyatakan setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Medis.

c. Pengaruh Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian Produk (Y)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dari 100 responden, Harga produk mendapatkan respon positif, dan sebagian besar responden menyatakan setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Medis.

d. Pengaruh Kualitas Produk, Produk, Harga pada Keputusan Pembelian Produk

Keseluruhan variabel Kualitas Produk, Produk, dan Harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan pada Keputusan Pembelian Produk Alat Medis. Dengan demikian, bisa ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Produk, Produk, & Harga adalah faktor-faktor yang penting & berpengaruh dalam membentuk Keputusan Pembelian Produk Alat Medis pada PT. Ocean Medika Indonesia (OMI).

Dari hasil tanggapan kuesioner yang dijawab oleh 100 orang responden, maka ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Produk, Produk, dan Harga mendapatkan respon *positive* dari responden, & sebagian besar dari mereka menyatakan setuju. Artinya, berdasarkan persepsi responden, aspek Kualitas Produk, Produk, dan Harga pada produk Alat Medis dari PT. Ocean Medika Indonesia (OMI) dinilai baik. Namun, perlu diperhatikan bahwa respon positif dari responden tidak secara otomatis mengindikasikan bahwa produk tersebut secara keseluruhan memenuhi harapan semua konsumen. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis lebih lanjut dan evaluasi mendalam terkait aspek Kualitas Produk, Produk, dan Harga agar dapat memahami dengan lebih baik kepuasan dan preferensi konsumen.

2. Kesimpulan Khusus

- a. Tidak ada hubungan positif & relevan antara Kualitas Produk (X1) & Keputusan Pembelian (Y), seperti yang ditunjukkan oleh hasil nilai T_{hitung} sebesar $0,697 \leq T_{tabel} 1,660$ dengan taraf sig $0,487 \geq 0,05$. Oleh karena itu, H_0 diterima, & H_a ditolak, menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif & relevan antara Kualitas Produk (X1) & Keputusan Pembelian (Y).
- b. Terdapat hubungan *positive* & relevan antara Produk (X2) & Keputusan Pembelian (Y), sebagaimana terlihat dari nilai T_{hitung} sebesar $5,397 \geq T_{tabel} 1,660$ dengan taraf sig $0,000 \leq 0,05$. Oleh karena itu, H_0 ditolak, H_a diterima, menunjukkan bahwa

terdapat pengaruh *positive* & relevan antara Produk (X2) & Keputusan Pembelian (Y).

c. Terdapat hubungan *positive* & relevan antara Harga (X3) & Keputusan Pembelian (Y), seperti yang terlihat dari nilai T_{hitung} sebesar $3,740 \geq T_{tabel} 1,660$ dengan taraf sig $0,000 \leq 0,05$.

Oleh karena itu, H_0 ditolak, H_a diterima, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *positive* & relevan antara Harga (X3) & Keputusan Pembelian (Y).

d. Kualitas Produk (X1), Produk (X2), & Harga (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh *positive* & relevan pada Keputusan Pembelian (Y). Hal ini diperkuat oleh nilai R Square sebesar 7,54%, menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 7,54% terhadap Keputusan Pembelian (Y). Uji F (Uji Simultan) menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas (Kualitas Produk, Produk, & Harga) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Ocean Medika Indonesia (OMI), sebagaimana dibuktikan oleh nilai $F_{hitung} 98,122 > F_{tabel} 2,70$ dengan taraf sig $0,000 \leq 0,05$.

3. Implikasi

Berdasarkan penelitian yang penulis buat ini, implikasi secara teoritis, manajerial & metodologi yakni :

a. Implikasi Teoritis

1. Kualitas Produk tidak berpengaruh pada Keputusan Pembelian Produk. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk memperhatikan aspek Kualitas, khususnya dalam penentuan bahan baku / komponen produk agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen & meningkatkan keunggulan kompetitif.
2. Produk berpengaruh pada Keputusan Pembelian Produk. Sehingga, perusahaan sebaiknya memperhatikan produk, memastikan bahwa produk yang digunakan memenuhi standar kelayakan pasar & menarik minat konsumen, sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif.
3. Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk. Perusahaan disarankan untuk memperhatikan kebijakan harga, menentukan harga yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, & tetap bersaing di pasar untuk meningkatkan keunggulan kompetitif.
4. Kualitas Produk, Produk, & Harga berpengaruh secara bersamaan terhadap Keputusan Pembelian. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya mempertimbangkan ke 3 faktor ini secara

holistik dalam strategi pemasaran mereka untuk mencapai keberhasilan dalam keputusan pembelian konsumen.

b. Implikasi manajerial

Penulis menyarankan perusahaan untuk lebih memperhatikan, mempertimbangkan, & terus meningkatkan kualitas produk, produk, & harga produk agar dapat mencapai keputusan pembelian yang lebih baik dari konsumen. Dengan fokus pada peningkatan aspek-aspek ini, perusahaan dapat memperkuat daya saingnya di pasar & meningkatkan kepercayaan serta kepuasan konsumen

c. Implikasi Metodologi

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan metode penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden. Jawaban dari para responden dianalisis menggunakan aplikasi perangkat lunak *SPSS Statistic versi 25*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian & kesimpulan yang telah dijelaskan, berikut adalah saran yang dapat disampaikan oleh penulis:

1. PT. Ocean Medika Indonesia (OMI) sebaiknya memberikan perhatian lebih terhadap Kualitas Produk. Meningkatkan kualitas produk dapat menjadi keunggulan kompetitif perusahaan dan mendukung pengambilan keputusan pembelian yang positif dari konsumen.

2. Perusahaan disarankan untuk memfokuskan perhatian pada produk. Memiliki produk yang menarik dan mencolok di pasaran dapat meningkatkan daya tarik produk, sehingga konsumen lebih cenderung membuat keputusan pembelian.
3. Penting bagi PT. Ocean Medika Indonesia (OMI) untuk terus memperhatikan aspek Harga produk. Menetapkan harga yang sesuai dengan standar pasar dan dapat dijangkau oleh konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian.
4. Manajemen perusahaan sebaiknya menggunakan hasil penelitian ini sebagai panduan untuk meningkatkan progres pengambilan keputusan pembelian produk diperusahaan.
5. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain sebagai variabel bebas (*independen*) untuk memperluas pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk.

Semua saran di atas diharapkan dapat membantu PT. Ocean Medika Indonesia (OMI) dalam meningkatkan kinerja dan keputusan pembelian produk mereka di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, M., & Pd, M. (2018). *Analisis Pengaruh Harga Terhadap keputusan Pembelian*. 27–35.
- BH.Yanuar, Agustinus, Hernaningsih, Fery, Wibowo, F. P. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Promosi Media Sosial Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Tiktok-Shop Di Gedung Pulomas Office, Jakarta)*.
- Bisnis, I., Informatika, D., & Kian, K. (2022). *Final Proof received : 28-01-2022 First received : 26-10-2021 Pendahuluan Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya*. 6(1), 49–66.
- Cahyadi. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang*. 1.
- Christine, D., Wijaya, J., Chandra, K., & Pratiwi, M. (2019). *Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Total Arus Kas dan Ukuran Perusahaan terhadap Financial Distress pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014- 2017*. 2(2), 340–351.
- Ciputra, U. (2020). *Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu*. 5(April).
- Efendi, Jayus, Kusnawan, A. (2022). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis*. 1(2).
- Ekonomi, P., & Parameswari, R. (2022). *Pengaruh Harga , Kualitas Produk , dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT . Hao Sheng Trading*. 2(2).
- Ginny, Puti Lenggo, Silaswara, Diana, Parameswari, R. (2022). *Effectiveness of Quality of Seminar Services and Corporate Image on Consumer Satisfaction of Seminar Services*. 4(1). <https://doi.org/10.32877/ef.v4i1.455>
- Ginny, P. L. (2022). *The Influence of Customer Relationship Management and Service Quality on Customer Satisfaction On the Tokopedia Marketplace*. 3, 1–8.
- Gumelar, B. T., & Wibowo, F. P. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Promosi , dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Diving Pada PT Captain Marine Indonesia*. 2, 1–8.
- Gunawan, I., Kusnawan, A., & Hernawan, E. (2021). *Impact of Work from Home Policy Implementation on Work Effectiveness and Productivity in Tangerang City*. 1.
- Hananto, D. (2021). *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. Seminar Nasional Penelitian Lppm Umj*, 1(1), 1–10.

<http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>

- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/Green Product Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 37–44. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.345>
- Iii, B. A. B., Perusahaan, A. G. U., Singkat, S., Chandra, P. T., & Sukses, K. (2018). *Metode Penelitian*. 41–64.
- Jasa, M., Cv, E., Oren, H., Hoe, E., & Surabaya, D. I. (2020). *No Title*. 5, 33–46.
- Khusuma, D. T., & Utomo, H. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga. *Among Makarti*, 13(2), 78–88. <https://doi.org/10.52353/ama.v13i2.199>
- Kualitas, P., Dan, P., & Pembelian, T. K. (2020). *Fakultas bisnis universitas buddhi dharma tangerang 2020*.
- Kualitas, P., Dan, P., & Terhadap, H. (2020). *Fakultas bisnis universitas buddhi dharma tangerang 2020*.
- Kusnawan, A. (2018). *Analisis Pengaruh Kegiatan Promosi Terhadap Ekuitas Merk Universitas Buddhi Dharma Di Kalangan Mahasiswa (Survei pada mahasiswa program Studi Manajemen) Analysis of the Effect of Promotion Activities on the Brand Equity Brands of the Buddhi Dharma University Among Students (Survey on Management Studies program students)*. 1, 1–17.
- Kusnawan, A. (2022). *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*. 2, 62–87.
- Kusnawan, A., Hernawan, E., Silaswara, D., & Sefung, T. (2020). *The Effect of Digital Payment to Millennial Consumer Purchase Decisions*. 5116, 5116–5129.
- Manajemen, Jurnal Sains, kusnawan, A. (2019). *Jurnal Sains Manajemen Volume 5 No 2 Desember 2019*. 5(2), 137–160.
- Mencetak, U., Muda, W., Tengah, D. I., & Covid, P. (2021). *URGensi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*. 1(November), 17–23.
- Muhammad Supriyanto, & Muhammad Taali. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap Di the Sun Hotel Madiun. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 2(2), 26–33. <https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v2i2.458>
- 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. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php>
- Nasution, R. U., & Aslami, N. (2022). Strategi Dalam Manajemen Pemasaran.

Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management, 2(1), 21–35. <https://doi.org/10.47467/manageria.v2i1.859>

Novianty, S., & Kusnawan, A. (2022). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi Online Tokopedia*. 2(2).

P-issn, E. (2021). *Efektivitas bauran pemasaran pada keputusan pembelian konsumen indomaret*. 7(1), 1–17.

Parameswari, R. (2020). *The Effect Of Professionalism On Employee Work*. 2, 1–13.

Parameswari, R. (2021). *Swot Analysis Of Small And Medium Micro Business Development In Jatiuwung District , Tangerang City*. 2, 1–10.

Parameswari, R. (2022). *The Effect Of Paylater Payment Methods On The Increase Of Impulse Purchases*. 2, 1–11.

Parameswari, R. (2023). *The Influence of Personal Branding , Making TikTok Videos , Product Live Streams on Purchase Decisions on the Tiktok Platform*. 3, 1–13.

Parameswari, R., & Janamarta, S. (2021). *Performance Appraisal Standardization Of Educational Manpower And Education Management*. 1, 1–8.

Parameswari, R., Janamarta, S., & Tholok, F. W. (2024). *Marketing Mix Analysis In Improving Decisions To Purchase Yamaha Brand Motorcycles In Kotabumi Tangerang*. 1, 1–7.

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*. 2(2).

Philp, K. (2018). *Analisis Manajemen Pemasaran , Perencanaan, Impementasi dan Pengendalian*. 1(3), 89.

Produk, P. K., Dan, H., Terhadap, L., Pembelian, K., Tea, B., Lippo, C., Manajemen, J., & Pemasaran, K. M. (2020). *Fakultas bisnis universitas buddhi dharma tangerang 2020*.

Produk, P., Promosi, H. D. A. N., & Pembelian, T. K. (2022). *Fakultas bisnis universitas buddhi dharma tangerang 2022*.

Purba, M. F., & Wibowo, F. X. P. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Citra Merek , dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Dangerous Goods Care pada PT . Skylight Multitrada*. 2, 1–7.

Pusat, J. (2018). *Paradigma Vol. Xviii. No.2 September 2016 Pengaruh Keterimaan Aplikasi Pendaftaran Online Terhadap Jumlah Pendaftar Di Sekolah Dasar Negeri Jakarta*. Xviii(2), 89–101.

- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Satrianto, Heri, Silaban, Berlin, Rinintha, P. (2021). *The Role Of Small Micro Enterprises In Production Snack And Product Innovation Towards Additional Community Economic Income In Tangerang City*. 1.
- Silaswara, Diana, Kusnawan, A. (2022). *Analisa Persepsi Masyarakat terhadap Penggunaan Aplikasi Pinjaman Online*. 3, 1–11.
- Silaswara, Diana, Parameswari, Rinintha, Kusnawan, A. (2021). 1 , 2 , 3 123. 4(41), 165–179.
- Steffie, A., & Kusnawan, A. (2023). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Pengalaman Pengguna dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan Berulang Shopeepay (Studi Kasus Pada Konsumen Generasi Z)*. 1, 1–9.
- Sumantri, Farid Addy, kusnawan, A. (2022). *The Effect Of Capital Intensity , Sales Growth , Leverage On Tax Avoidance And Profitability As Moderators*. 1, 1–18.
- Sumantri, F. A. (2021). *The Effect Of Information Asymmetry , Company Size And Managerial Ownership On Income Management*. 1.
- Supriadi Muslimin, Zainab, W. J. (2020). Penetapan, Konsep Dalam, Harga Islam, Perspektif. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2, 1–11.
- Susantik, S., Mulyati, A., & Andayani, S. (2018). Pengaruh kualitas, desain dan harga terhadap keputusan pembelian produk keramik platinum di wringinanom gresik. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 3(1), 20. <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/article/view/2345>
- Swastha, Basu, I. (2018). Manajemen Pemasaran Modern. *Liberty*, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Theresia, C., & Parameswari, R. (2023). *Pengaruh Viral Marketing , Online Customer Review , dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Somethinc Melalui Marketplace Shopee Indonesia*. 1, 1–7.
- Tholok, Wato, Fidellis, Janamarta, Suhendar, Wibowo, F. P. (2021). harga 2.843. > t. 3(41), 48–56.
- Trimar, J. (2020). *Fakultas bisnis universitas buddhi dharma tangerang 2020*.
- Vanny, G., & Tua, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv . Citra Nauli Electricsindo*. 1(4), 140–154.
- Wibowo, F X Pudjo, Hernawan, Eso, Wicaksono, Kusnawan, A. (2023). *Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Pendapatan Usaha Ekonomi Masyarakat*

Umkh Industri Batik Kota Yogyakarta Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. 2, 1–12.

Wibowo, F. P. (2020). 3) 1, 2, 3). 20(3), 248–258.

Wibowo, F. P. (2021). *Analysis of Factors Affecting Visitor Decision Making to Stay at Hotels (Case Study at Hotel in Umbulharjo District , Yogyakarta Special Region)*. 3, 1–11.

Wibowo, F. X. P. (2018). *Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT Indoraya Internasional di Yogyakarta) Fx.Pudjo Wibowo Universitas Buddhi Dharma Tangerang*. X, 173–189.

Wibowo, P. (2018). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. 9(1).

Widiyanto, Gregorius, Parameswari, Rinintha, Kusnawan, A. (2020). *The Role of Communication , Product Knowledge , Creativity and Empathy to Increase Purchase Interest*. 783, 783–796.

Widiyanto, Gregorius, Satrianto, Heri, Wibowo, Pudjo, F. (2021). 1 , 2 , 3 123. 3(41), 120–130.

Widiyanto, Gregorius, Wibowo, F. P. (2021). *Analysis of the Effect Product Quality , Trustworthiness , Convenience , Perceptions of Usefulness and Price on Purchase Intention During the Covid Pandemic* 19. 19(1), 1–10.

Widiyanto, G. (2021). *The Influence of Price , Service Quality , and Promotion Against Decision Users Transportation Online (Grab) in Jakarta*. 2, 1–8.

Xaverius, F., & Wibowo, P. (2022a). *Analysis of Influencing Factors To Increase Product Selling Value During the Covid-19 Pandemic (Case Study of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Kampung Sejahtera Mandiri Teras Pancasila Tangerang , Banten)*. 2, 1–15.

Xaverius, F., & Wibowo, P. (2022b). *Dampak Marketing Mix Terhadap Pendapatan Usaha Peci Batik Jogokariyan Yogyakarta*. 3, 1–13.

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. 3(2), 96–102.

Office :
Jl. Raya Salembaran
Komplek Pergudangan
Salembaran 1 No. 38
Kosambi,
Tangerang, Banten-
Indonesia 15214



Warehouse :
Jl. Raya Perancis,
Pergudangan Ocean
Park Blok DK-EL No.
38, Kosambi, Tangerang
Banten-Indonesia 15214

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Merlin,S.Ak
Jabatan : Manager
Perusahaan : PT. Ocean Medika Indonesia (OMI)
Alamat : Jl. Raya Salembaran Komplek Pergudangan Salembaran 1 No. 38
Kosambi, Tangerang, Banten-Indonesia 15214

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Cornelisia
NIM : 20200500138
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Universitas : Universitas Buddhi Dharma

Adalah benar telah melakukan penelitian ini dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kualitas, Desain, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Medis Pada PT. Ocean Medika Indonesia (OMI)"** sejak 02 Oktober 2023 sampai dengan 9 Januari 2024, dan telah membahas materi penelitiannya dengan kami.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 03 Februari 2024

Merlin,S.Ak
Manager

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama : Cornelisia
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 2 Juli 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Buddha
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Kp. Pangkalan Rt.005 Rw.002 No.57
Kec. TelukNaga, Kel. Pangkalan Kab. Tangerang
Banten 15510
Nomor Telepon : 0895340019092
Email : cornelisialiliez2002@gmail.com
IPK Terakhir : 3,64



Riwayat Pendidikan

Sekolah Dasar : 2008-2014 SDN Kampung Melayu II
Sekolah Menengah Pertama : 2014-2017 SMP PGRI 242 TelukNaga
Sekolah Menengah Kejuruan : 2017-2020 SMK Ariya Metta Tangerang
Perguruan Tinggi : 2020-2024 Universitas Buddhi Dharma Tangerang

Riwayat Pekerjaan

1. 2021-Saat ini Staff Account Receivable PT. Rohartindo Nusantara Luas.Tbk

Tangerang, 13 Januari 2024

Penulis,

Cornelisia

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Responden yang terhormat,

Saya Cornelisia mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang mengharapkan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini. kuisisioner ini digunakan sebagai alat pengambilan data dalam penyusunan skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Medis Pada PT. Ocean Medika Indonesia (OMI)”**

informasi yang sedianya anda berikan sangat membantu kelancaran penelitian ini. Atas perhatian dan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk Pengisian :

1. Berikan tanda check list ($\checkmark$) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.
2. Dalam menjawab pertanyaan kuesioner ini, sebaiknya anda memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya. Ada lima alternatif jawaban, yaitu:
 - a. SS yang berarti Sangat Setuju = 5
 - b. S yang berarti Setuju = 4
 - c. N yang berarti Netral = 3
 - d. TS yang Berarti Tidak Setuju = 2
 - e. STS yang berarti Sangat tidak Setuju = 1

Data Responden

Email :

Nama :

Jenis Kelamin :

() laki-laki () Perempuan

Usia :

() <20

() 21-25

() 26-30

() >35

Pekerjaan :

KUALITAS PRODUK X1

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa bentuk dari produk PT. Ocean Medika Indonesia sangat mudah digunakan					
2	Fitur yang terdapat pada produk PT. Ocean Medika Indonesia sangat mudah dimengerti					
3	Produk yang ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia sesuai dengan kelayakan standar kelayakan produk					
4	Produk yang ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia memberikan solusi untuk harapan saya					
5	Produk yang ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia sangat sesuai dengan kebutuhan kesehatan					
6	Saya merasa produk yang ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia tidak mudah rusak					
7	Produk yang ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia memiliki tingkat kekuatan yang cukup baik					

8	Ketelitian detail dari produk PT. Ocean Medika Indonesia sangat diperhatikan dan mudah diperbaiki					
9	Produk yang ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia berbeda dengan produk pesaing dalam menonjolkan fungsinya					
10	Variasi produk PT. Ocean Medika Indonesia yang disediakan beragam					

PRODUK (X2)

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa pemilihan warna pada desain produk PT. Ocean Medika Indonesia ini sangat inovatif					
2	Model produk yang ditawarkan dari PT. Ocean Medika Indonesia dapat menarik minat yang tinggi					
3	Desain produk dari PT. Ocean Medika Indonesia memberikan kesan yang baik terhadap produk					
4	Desain produk yang ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia sesuai dengan selera pasar saat ini					
5	Pilihan warna desain produk PT. Ocean Medika Indonesia sangat elegan dan tapi tidak norak					
6	Jenis pilihan warna produk PT. Ocean Medika Indonesia dapat menarik perhatian saya					
7	Desain produk PT. Ocean Medika Indonesia memiliki ciri khas tersendiri					
8	Desain kemasan produk PT. Ocean Medika Indonesia mudah diingat					
9	Kemasan produk PT. Ocean Medika Indonesia terlihat memiliki nilai estetika yang tinggi					
10	Desain produk PT. Ocean Medika Indonesia sangat kekinian					

HARGA (X3)

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Harga produk PT. Ocean Medika Indonesia yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen					
2	Keragaman harga dari termurah hingga termahal menunjukkan kualitas produk					
3	Banyaknya penawaran diskon harga terhadap produk ini dibandingkan produk pesaing					
4	Harga produk PT. Ocean Medika Indonesia sesuai dengan manfaat yang diperoleh					
5	Informasi harga produk PT. Ocean Medika Indonesia dapat dimengerti dan dipahami					
6	Informasi harga produk PT. Ocean Medika Indonesia sangat lengkap, benar dan jujur					
7	Harga produk PT. Ocean Medika Indonesia memenuhi harapan saya					
8	Harga diskon ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia sebanding dengan kualitas produk					
9	Besarnya diskon promo yang menarik perhatian saya untuk membeli produk					
10	Harga produk PT. Ocean Medika Indonesia seimbang dengan mutu yang ditawarkan					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Konsumen menyukai produk alat medis yang dijual oleh PT. Ocean Medika Indonesia karena berbeda dari pesaing yang lain					
2	Produk yang dijual PT. Ocean Medika Indonesia sebanding dengan harga yang dibayarkan					
3	Konsumen memilih produk alat medis dari PT. Ocean Medika Indonesia karena menyediakan 8 macam jenis alat medis yang berbeda					
4	Konsumen memilih produk alat medis dari merek PT. Ocean Medika Indonesia					

	karena mereknya sudah dikenal banyak orang					
5	Keinginan atau kemantapan untuk membeli produk alat medis PT. Ocean Medika Indonesia					
6	Terbiasa menggunakan atau membeli produk PT. Ocean Medika Indonesia dalam jumlah banyak					
7	Memiliki rencana untuk merekomendasikan kepada konsumen atau saudara bahwa produk PT. Ocean Medika Indonesia memiliki kualitas yang bermutu					
8	Metode pembayaran dalam pembelian produk PT. Ocean Medika Indonesia sangat dipermudah					
9	Konsumen membeli produk alat medis di PT. Ocean Medika Indonesia saat sakit saja					
10	Konsumen membeli produk alat medis di PT. Ocean Medika Indonesia karena suatu kebutuhan					

[illegible]

53	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	36
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	3	3	4	4	4	3	4	37
57	4	4	3	4	5	2	3	4	2	4	35
58	4	5	4	4	4	4	3	3	3	5	39
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	3	4	4	4	4	4	3	5	3	5	39
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	4	4	4	3	4	3	3	5	3	4	37
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	41
65	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	45
66	4	5	4	5	3	5	5	4	4	4	43
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
70	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	34
71	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	37
72	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	45
73	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	40
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	5	3	3	5	5	4	5	3	3	3	39
76	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
77	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
78	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	36
79	2	2	3	4	2	4	3	4	3	4	31
80	5	5	5	5	5	3	3	5	4	4	44
81	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
82	4	4	5	4	5	5	4	3	3	4	41
83	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	36
84	4	5	4	4	5	5	3	5	4	3	42
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
86	4	5	4	4	5	2	4	5	5	5	43
87	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	45
88	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	38
89	4	3	5	4	3	4	4	5	4	5	41
90	4	3	5	4	5	3	4	4	4	5	41
91	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
92	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	46
93	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	40
94	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	41
95	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
96	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	45
97	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
99	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	39
100	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	43

NO RES	PRODUK (X2)										TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	46
2	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	44
3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	43
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	3	5	5	5	5	3	4	5	4	43
6	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
7	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
8	3	4	5	3	4	5	4	4	4	5	41
9	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
10	4	4	3	5	4	3	3	4	4	4	38
11	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
14	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48
15	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	40
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	37
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
25	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	43
26	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	42
27	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
28	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	46
29	4	4	3	3	3	4	4	5	3	3	36
30	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	3	3	3	4	4	5	4	5	3	3	37
34	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
35	4	5	5	3	4	4	5	3	3	5	41
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	40
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
43	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	43
44	3	4	4	4	3	5	4	4	4	5	40
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	43
47	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
48	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	43
49	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	36

53	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	37
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	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	32
57	2	3	4	3	2	2	4	2	4	3	29
58	4	3	3	5	1	3	5	4	2	3	33
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	34
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	36
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	46
65	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	47
66	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	44
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
70	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
71	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	41
72	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
73	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	40
74	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
75	5	3	4	3	5	5	4	3	3	5	40
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5	45
78	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	32
79	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
80	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
81	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	40
82	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	39
83	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
84	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
86	1	5	5	5	4	4	4	5	5	5	43
87	4	4	4	5	3	4	5	3	5	4	41
88	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	35
89	4	3	4	5	4	4	5	4	5	3	41
90	4	3	4	3	4	4	5	4	3	3	37
91	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	40
92	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	43
93	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	37
94	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	43
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	44
97	4	4	5	4	4	2	4	4	4	5	40
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
99	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38
100	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42

NO RES	HARGA (X3)										TOTAL X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	45
2	1	5	4	5	4	5	5	4	5	4	42
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	47
6	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
7	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	46
8	3	3	4	5	4	4	5	3	3	3	37
9	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
10	4	5	3	4	4	5	4	4	4	3	40
11	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	41
14	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
15	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	37
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	44
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	37
25	5	3	5	4	4	4	3	5	5	5	43
26	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	44
27	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	47
28	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	45
29	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	42
30	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	4	3	4	4	3	5	3	5	3	4	38
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	40
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	38
45	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
48	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	42
49	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	45
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31

[illegible]

47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	38
49	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	41
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	34
53	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	37
56	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	36
57	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	36
58	3	3	2	3	4	5	5	3	4	5	37
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	3	4	5	4	4	3	4	5	3	5	40
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	4	4	4	5	4	3	4	4	3	3	38
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	40
65	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
66	4	5	4	2	4	5	5	4	4	4	41
67	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
70	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
71	4	3	4	3	3	1	3	5	4	5	35
72	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	44
73	3	3	4	4	4	5	3	4	4	4	38
74	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
75	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	46
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	4	4	3	4	5	5	3	3	3	3	37
78	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	34
79	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	39
80	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	36
81	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
82	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
86	5	4	5	5	4	4	4	5	3	4	43
87	4	5	5	5	5	3	5	4	3	5	44
88	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	38
89	3	4	4	5	5	4	3	3	2	4	37
90	4	4	3	2	2	2	4	3	5	5	34
91	4	5	5	5	5	4	5	5	3	3	44
92	5	5	5	4	5	4	4	5	2	4	43
93	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	36
94	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	39

95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	4	4	3	5	4	3	3	3	3	4	36
97	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	38
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
99	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
100	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	41



Tabel Deskriptif Kuesioner

Hasil Penyebaran Kuesioner Selama 10 Hari

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuesioner yang terkumpul	116	100%
Kuesioner valid	100	86%
Kuesioner tidak valid (human error)	16	14%

Sumber : Data Kuesioner

Tabel Deskriptif Responden

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	51	51,0	51,0	51,0
	Perempuan	49	49,0	49,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20	15	15,0	15,0	15,0
	21 – 25	64	64,0	64,0	79,0
	26 – 30	11	11,0	11,0	90,0
	> 35	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan Swasta	81	81,0	81,0	81,0
	Wirausahawan	5	5,0	5,0	86,0
	Pelajar/Mahasiswa	6	6,0	6,0	92,0
	Tidak Bekerja	3	3,0	3,0	95,0
	Lainnya	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 2

Tabel Frekuensi Kualitas Produk (X1)

Saya merasa bentuk dari produk PT. Ocean Medika Indonesia sangat mudah digunakan.

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	N	9	9,0	9,0	11,0
	S	58	58,0	58,0	69,0
	SS	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Fitur yang terdapat pada produk PT. Ocean Medika Indonesia sangat mudah dimengerti.

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	N	10	10,0	10,0	11,0
	S	58	58,0	58,0	69,0
	SS	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS 25

Produk yang ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia sesuai dengan kelayakan standar kelayakan produk.

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	10,0	10,0	10,0
	S	55	55,0	55,0	65,0
	SS	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Produk yang ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia memberikan solusi untuk harapan saya.

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	10,0	10,0	10,0
	S	58	58,0	58,0	68,0
	SS	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Produk yang ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia sangat sesuai dengan kebutuhan kesehatan.

X1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	N	8	8,0	8,0	9,0
	S	52	52,0	52,0	61,0
	SS	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Saya merasa produk yang ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia tidak mudah rusak.

X1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4,0	4,0	4,0
	N	17	17,0	17,0	21,0
	S	55	55,0	55,0	76,0
	SS	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Produk yang ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia memiliki tingkat kekuatan yang cukup baik.

X1.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	16	16,0	16,0	16,0
	S	55	55,0	55,0	71,0
	SS	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Ketelitian detail dari produk PT. Ocean Medika Indonesia sangat diperhatikan dan mudah diperbaiki.

X1.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	10,0	10,0	10,0
	S	57	57,0	57,0	67,0
	SS	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Produk yang ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia berbeda dengan produk pesaing dalam menonjolkan fungsinya.

X1.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	N	19	19,0	19,0	21,0
	S	51	51,0	51,0	72,0
	SS	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah data dengan SPSS Versi 25

Variasi produk PT. Ocean Medika Indonesia yang disediakan beragam.

X1.10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	5,0	5,0	5,0
	S	65	65,0	65,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Tabel Frekuensi Produk (X2)

Saya merasa pemilihan warna pada desain produk PT. Ocean Medika Indonesia ini sangat inovatif.

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	1	1,0	1,0	2,0
	N	14	14,0	14,0	16,0
	S	60	60,0	60,0	76,0
	SS	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Model produk yang ditawarkan dari PT. Ocean Medika Indonesia dapat menarik minat yang tinggi.

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	13	13,0	13,0	13,0
	S	57	57,0	57,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Desain produk PT. Ocean Medika Indonesia memberikan kesan yang baik terhadap produk.

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	10,0	10,0	10,0
	S	60	60,0	60,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Desain produk yang ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia sesuai dengan selera pasar saat ini.

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	14	14,0	14,0	14,0
	S	53	53,0	53,0	67,0
	SS	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Pilihan warna desain produk PT. Ocean Medika Indonesia sangat elegan dan tapi tidak norak.

X2.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	1	1,0	1,0	2,0
	N	9	9,0	9,0	11,0
	S	63	63,0	63,0	74,0
	SS	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Jenis pilihan warna produk PT. Ocean Medika Indonesia dapat menarik perhatian saya.

X2.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	N	13	13,0	13,0	15,0
	S	50	50,0	50,0	65,0
	SS	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Desain produk PT. Ocean Medika Indonesia memiliki ciri khas tersendiri.

X2.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	6,0	6,0	6,0
	S	56	56,0	56,0	62,0
	SS	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Desain kemasan produk PT. Ocean Medika Indonesia mudah diingat.

X2.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	N	9	9,0	9,0	10,0
	S	60	60,0	60,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Kemasan produk PT. Ocean Medika Indonesia terlihat memiliki nilai estetika yang tinggi.

X2.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	N	12	12,0	12,0	13,0
	S	54	54,0	54,0	67,0
	SS	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Desain produk PT. Ocean Medika Indonesia sangat kekinian.

X2.10				
		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	N	14	14,0	14,0
	S	53	53,0	67,0
	SS	33	33,0	100,0
	Total	100	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Tabel Frekuensi Harga (X3)

Harga produk PT. Ocean Medika Indonesia yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen.

X3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	N	12	12,0	12,0	13,0
	S	54	54,0	54,0	67,0
	SS	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Keragaman harga dari termurah hingga termahal menunjukkan kualitas produk.

X3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	9	9,0	9,0	9,0
	S	54	54,0	54,0	63,0
	SS	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Banyaknya penawaran diskon harga terhadap produk ini dibandingkan produk pesaing.

X3.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	8,0	8,0	8,0
	S	62	62,0	62,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Harga produk PT. Ocean Medika Indonesia sesuai dengan manfaat yang diperoleh.

X3.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	6,0	6,0	6,0
	S	64	64,0	64,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Informasi harga produk PT. Ocean Medika Indonesia dapat dimengerti dan dipahami.

X3.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	13	13,0	13,0	13,0
	S	58	58,0	58,0	71,0
	SS	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Informasi harga produk PT. Ocean Medika Indonesia sangat lengkap, benar, dan jujur.

X3.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	10,0	10,0	10,0
	S	60	60,0	60,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Harga produk PT. Ocean Medika Indonesia memenuhi harapan saya.

X3.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	N	11	11,0	11,0	12,0
	S	58	58,0	58,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Harga diskon ditawarkan PT. Ocean Medika Indonesia sebanding dengan kualitas produk.

X3.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	13	13,0	13,0	13,0
	S	58	58,0	58,0	71,0
	SS	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Besarnya diskon promo yang menarik perhatian saya untuk membeli produk.

X3.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	N	13	13,0	13,0	14,0
	S	57	57,0	57,0	71,0
	SS	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Harga produk PT. Ocean Medika Indonesia seimbang dengan mutu produk yang ditawarkan.

X3.10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	12	12,0	12,0	12,0
	S	59	59,0	59,0	71,0
	SS	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Tabel Frekuensi Keputusan Pembelian (Y)

Konsumen menyukai produk alat medis yang dijual oleh PT. Ocean Medika Indonesia karena berbeda dari pesaing yang lain.

Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	N	15	15,0	15,0	16,0
	S	60	60,0	60,0	76,0
	SS	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Produk yang dijual PT. Ocean Medika Indonesia sebanding dengan harga yang dibayarkan.

Y.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	11	11,0	11,0	11,0
	S	63	63,0	63,0	74,0
	SS	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Konsumen memilih produk alat medis dari PT. Ocean Medika Indonesia karena menyediakan 8 macam jenis alat medis yang berbeda.

Y.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	N	12	12,0	12,0	13,0
	S	51	51,0	51,0	64,0
	SS	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Konsumen memilih produk alat medis dari merek PT. Ocean Medika Indonesia karena mereknya sudah dikenal banyak orang.

Y.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	2	2,0	2,0	3,0
	N	14	14,0	14,0	17,0
	S	50	50,0	50,0	67,0
	SS	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Keinginan atau kemantapan untuk membeli produk alat medis PT. Ocean Medika Indonesia.

Y.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	N	16	16,0	16,0	17,0
	S	53	53,0	53,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Terbiasa menggunakan atau membeli produk PT. Ocean Medika Indonesia dalam jumlah banyak.

Y.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	5	5,0	5,0	6,0
	N	18	18,0	18,0	24,0
	S	49	49,0	49,0	73,0
	SS	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Memiliki rencana untuk merekomendasikan kepada konsumen atau saudara bahwa produk PT. Ocean Medika Indonesia memiliki kualitas yang bermutu.

Y.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	16	16,0	16,0	16,0
	S	54	54,0	54,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Metode pembayaran dalam pembelian produk PT. Ocean Medika Indonesia sangat dipermudah.

Y.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	11	11,0	11,0	11,0
	S	55	55,0	55,0	66,0
	SS	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Konsumen membeli produk alat medis di PT. Ocean Medika Indonesia saat sakit saja.

Y.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4,0	4,0	4,0
	N	19	19,0	19,0	23,0
	S	54	54,0	54,0	77,0
	SS	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Konsumen membeli produk alat medis di PT. Ocean Medika Indonesia karena suatu kebutuhan.

Y.10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	7	7,0	7,0	7,0
	S	57	57,0	57,0	64,0
	SS	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Tabel Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,863	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	37,60	15,515	,622	,846
X1.2	37,59	15,557	,645	,844
X1.3	37,53	15,989	,576	,850
X1.4	37,56	15,683	,661	,843
X1.5	37,49	16,232	,492	,856
X1.6	37,79	15,743	,489	,859
X1.7	37,65	15,765	,583	,849
X1.8	37,55	16,311	,516	,854
X1.9	37,73	14,805	,683	,840
X1.10	37,53	16,817	,488	,856

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Tabel Validitas dan Reliabilitas Produk (X2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,891	10

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

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	37,75	18,250	,526	,888
X2.2	37,63	17,690	,726	,874
X2.3	37,60	18,242	,655	,879
X2.4	37,61	18,463	,541	,886
X2.5	37,68	17,856	,630	,880
X2.6	37,62	17,147	,711	,874
X2.7	37,48	18,737	,574	,884
X2.8	37,61	18,382	,592	,883
X2.9	37,61	17,614	,687	,876
X2.10	37,61	17,816	,667	,877

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS 25

Tabel Validitas dan Reliabilitas Harga (X3)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0
Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,872	10

Sumber : hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

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	37,74	15,023	,508	,867
X3.2	37,64	15,869	,425	,872
X3.3	37,70	15,303	,601	,859
X3.4	37,68	15,311	,634	,857
X3.5	37,76	14,811	,648	,855
X3.6	37,72	14,992	,643	,856
X3.7	37,75	14,957	,590	,860
X3.8	37,76	15,013	,602	,859
X3.9	37,78	14,880	,589	,860
X3.10	37,75	14,654	,699	,851

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS 25

Tabel Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,844	10

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	37,19	16,883	,577	,827
Y2	37,11	16,887	,653	,822
Y3	37,04	16,564	,601	,824
Y4	37,14	16,768	,463	,838
Y5	37,14	16,404	,621	,822
Y6	37,30	16,051	,523	,834
Y7	37,12	16,834	,573	,827
Y8	37,03	16,656	,650	,821
Y9	37,30	17,222	,411	,843
Y10	36,97	17,969	,419	,840

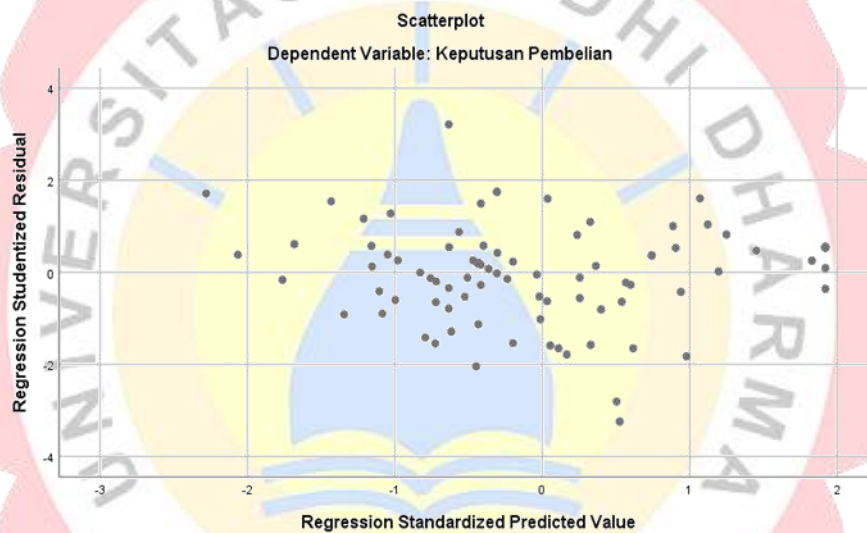
Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Tabel Multikolinearitas

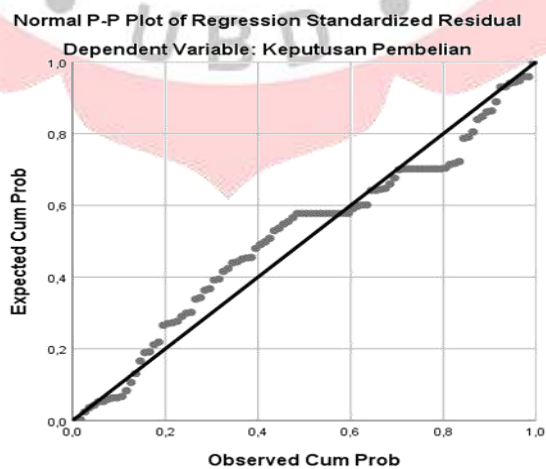
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,596	2,347		1,106	,272		
	Kualitas Produk	,069	,099	,067	,697	,487	,276	3,629
	Produk	,496	,092	,515	5,397	,000	,281	3,557
	Harga	,358	,096	,340	3,740	,000	,310	3,222

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Gambar Heterokedastisitas



Gambar Normalitas



Tabel Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,596	2,347		1,106	,272
	Kualitas Produk	,069	,099	,067	,697	,487
	Produk	,496	,092	,515	5,397	,000
	Harga	,358	,096	,340	3,740	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel Korelasi Berganda

Correlations					
		Kualitas Produk	Produk	Harga	Keputusan Pembelian
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	,815**	,793**	,757**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Produk	Pearson Correlation	,815**	1	,789**	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	,793**	,789**	1	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,757**	,838**	,799**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Tabel Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,868 ^a	,754	,746	2,275

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Produk, Harga

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Tabel Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,596	2,347		1,106	,272
	Kualitas Produk	,069	,099	,067	,697	,487
	Produk	,496	,092	,515	5,397	,000
	Harga	,358	,096	,340	3,740	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1524,170	3	508,057	98,122	,000 ^b
	Residual	497,070	96	5,178		
	Total	2021,240	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Produk, Harga

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

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
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

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

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
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

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

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
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

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

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
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

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
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

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