

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam bab ini penulis membahas bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Hasil analisis yang menunjukkan bahwa variabel promosi (X1) memiliki hubungan positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Hal ini berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah sampel 102 responden yang disebarkan, nilai koefisien korelasi 0,738 yang termasuk kategori hubungan yang kuat , nilai Thitung promosi lebih besar dari Ttabel $2,879 > 1,660$ dengan nilai signifikansi nya $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang memiliki variabel promosi (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

- b. Hasil analisis yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X2) memiliki hubungan positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Hal ini berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah sampel 102 responden yang disebarkan, nilai koefisien korelasi 0,754 yang termasuk kategori hubungan yang kuat , nilai Thitung promosi lebih besar dari Ttabel $3,436 > 1,660$ dengan nilai signifikansi nya $0,01 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang memiliki variabel kualitas produk (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

- c. Hasil analisis yang menunjukkan bahwa variabel harga (X_3) memiliki hubungan positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Hal ini berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah sampel 102 responden yang disebarkan, nilai koefisien korelasi 0,566 yang termasuk kategori hubungan yang kuat , nilai T_{hitung} promosi lebih besar dari T_{tabel} $2,513 > 1,660$ dengan nilai signifikansi nya $0,04 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang memiliki variabel harga (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

- d. Hasil analisis yang menunjukkan variabel promosi (X_1), kualitas produk (X_2) dan harga (X_3) memiliki hubungan kuat terhadap keputusan pembelian (Y). Hal tersebut dapat dibuktikan berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan sampel 102 responden yang disebarkan. Dimana model 1 kolom R Square promosi , kualitas produk dan harga menunjukkan angka 0,633 yaitu pengkuadratan dari koefisien korelasi ($0,796 \times 0,796$) R Square yang disebut juga dengan koefisien determinasi. Dengan demikian besarnya hubungan antara promosi , kualitas produk dan harga adalah 63,3% sedangkan sisahnya ($100\% - 63,6\% = 36,4\%$) yang dipengaruhi oleh faktor lainnya. R Square berkisar pada angka 0 sampai 1 semakin besar R Square menunjukkan semakin kuat hubungan antara variabel dan sebaliknya.

Sedangkan dengan uji F yang diperoleh dengan F_{hitung} untuk model 1 adalah $56,308 > 2,70$ dan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$, $F_{hitung} > F_{tabel}$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa secara simultan bersama-sama Variabel promosi (X_1) , kualitas produk (X_2) dan harga (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y)

B. Saran

Adapun saran-saran dapat diberikan oleh penulis akan menjadi masukan bagi PT Cahaya Harapan Indonesia

1. PT Cahaya Harapan Indonesia harus memperbanyak promosi baik itu dalam promosi langsung atau tidak langsung yang bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen agar konsumen dapat mengetahui produk dari PT Cahaya Harapan Indonesia.
2. Selain promosi PT Cahaya Harapan Indonesia harus memperhatikan kualitas produk atau kebutuhan dari pihak konsumen yang bertujuan untuk mempertahankan konsumen didalam persaingan yang semakin banyak.
3. Selain Promosi , Kualitas Produk diharapkan kepada PT Cahaya Harapan Indonesia untuk lebih memperhatikan Harga yang relatif terjangkau untuk semua kalangan konsumen.
4. Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dalam penelitian selanjutnya untuk mempertimbangkan dan menambahkan variabel yang tidak ada diteliti dalam penelitian ini. Sehingga dapat memperluas pengetahuan tentang promosi , kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembeli

DAFTAR PUSTAKA

- Alma buchari. (2016). *manajemen pemasaran dan pemasran jasa*. Alfabeta.
- Alma buchari. (2020). *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Andy, A. (2018). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *Ekonomi & Bisnis*, 16(3), 1–8. Retrieved from <https://Jurnal.Ubd.Ac.Id/Index.Php/PE/Article/View/77>, 16(<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/issue/view/6>), 1–8.
- Andy, A. (2022). Integritas, Digital, Pemasaran, Kuantitatif. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 20(2). <https://doi.org/10.31253/Pe.V20i2.998>, 20(<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/issue/view/55>), 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.31253/pe.v20i2.998>
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)* (PT & R. G. Persada (eds.)). Erlangga.
- brata, hadi baruna, shilvana husani dan hapzi ali. (2017). the influence of quality products, price , promotion and location to product purchase decision on nitchi. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(the influence of quality products, price , promotion and location to product purchase decision on nitchi), 433.
- Diyatma Jatmika Aris. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap keputusan pembelian produk saka bistro dan bar. *E-Proceeding of Management*, Vol.4, No.(Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap keputusan pembelian produk saka bistro dan bar).
- Dr. Priyono, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing.
- Ghozali. (2016a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016b). *Aplikasi Analisis Multivariate* (I. Ghozali (ed.); Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin. (2013). *perilaku Organisasi Manajemen* (Salmeba Em).
- Hery. (2018). *Pengantar Manajemen* (PT Grasindo). PT Grasindo.
- Hurriyati. (2020). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Edition Ne). Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran* (Edisi Kese). Erlangga.
- Kotler, P. (2009). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran* (tiga belas). Erlangga.
- Kotler, P. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Kotler, P. (2017). *manajemen pemasaran* (13th ed.). erlangga.
- Kotler, P. dan A. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* (Edisi Ke T). Salemba Empat.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12 J). Erlangga.

- Natalia, D., Sutisna, N., & Farunik, C. G. (2010). The Influence of Price and Quality of Products on The Purchase Decision of Bread Products. *Retrieved from* <https://Jurnal.Kdi.or.Id/Index.Php/Ef/Article/View/534>, 2(<https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/issue/view/33>).
- Pujiarti, P. (2022). The Influence of Price, Brand, and Product Quality on Purchase Decisions in the Marketplace. *ECo-Buss*, 4(3), 622–634. <https://doi.org/10.32877/Eb.V4i3.357>, 4(<https://jurnal.kdi.or.id/index.php/eb/issue/view/27>). <https://doi.org/https://doi.org/10.32877/eb.v4i3.357>
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Siregar, Syofian.
- Sugiyono. (2016). *metode penelitian kuantitatif , kualitatif ,R&D*. IKPI.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran* (Edisi Kedu). Ghalia Indonesia.
- Widiyanto, G., & Pujiarti, P. (2022). The Influence of Price, Location, Promotion, and Service on Product Purchase Decision Making During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 128–141. <https://doi.org/10.31253/Pe.V20i1.912>, 20(<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/issue/view/52>),1. <https://doi.org/https://doi.org/10.31253/pe.v20i1.912>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**Identitas Pribadi**

Nama : Samuel Sutanto
Tempat / Tanggal Lahir : Tangerang , 15 September 2001
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Kristen
Alamat : Gelatik III RT 04, RW 09, Tangerang Banten
Nomor Telepon : +62 895-2260-0476
Email : SamuelSutanto22@gmail.com
Ipk Terakhir : 3.30

Riwayat Pendidikan

SD Anugrah kudus : (2008 – 2014)
SMP Maria Mediatrix : (2014 – 2017)
SMK Maria Mediatrix : (2017 – 2020)

PT CAHAYA HARAPAN INDONESIA
Jl.Kh.Khoirun No.9,Kel.Alam Jaya,Kec Jatiuwung,Kab.Tangerang Kota-Banten15133
Tlp:
(021)22359481,Email:ptcahayaharapanai@gmail.com

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dewi
Jabatan : HRD
Perusahaan : PT Cahaya Harapan Indonesia
Alamat : Jl. Kh. Khoirun No.9 alam jaya jatiuwung
Tangerang Banten15152

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Samuel Sutanto
Nim : 20200500177

Program Studi/Falkutas:Manajemen Universitas Buddhi Dharma

Dengan keterangan diatas adalah benar telah melakukan penelitian
dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul

Pengaruh Kualitas Produk , Promosi Dan Harga Terhadap

Keputusan Pembelian Produk Acrylic PT Cahaya Harapan Indonesia

(studi kasus PT.Cahaya Harapan Anugerah Indonesia

Tangerang 19 Januari 2024

PT Cahaya Harapan

Indonesia

Dewi



Kuesioner penelitian

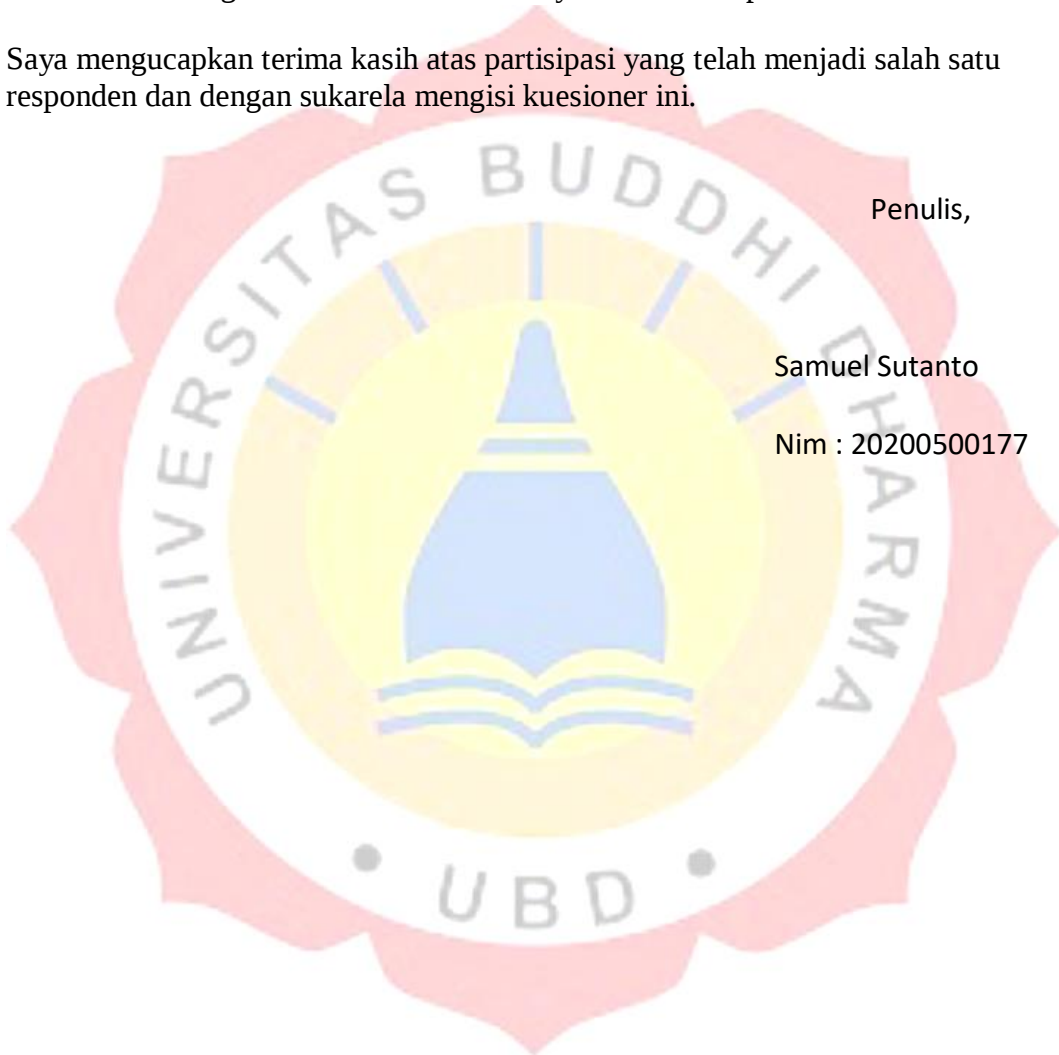
Responden yang terhormat,
dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi di Universitas Buddhi Dharma Tangerang yang berjudul " **pengaruh kualitas produk , promosi dan harga terhadap keputusan pembelian Produk Acrylic PT Cahaya Harapan Indonesia** ", saya samuel sutanto mengharapkan kesediaan saudara/i yang terhormat untuk mengisi kuesioner di bawah ini. setiap jawaban yang saudara/i berikan akan sangat bermanfaat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Saya mengucapkan terima kasih atas partisipasi yang telah menjadi salah satu responden dan dengan sukarela mengisi kuesioner ini.

Penulis,

Samuel Sutanto

Nim : 20200500177



A. Petunjuk pengisian

1. Berilah tanda checklist ($\checkmark$) pada jawaban sesuai dengan pilihan saudara/i
2. Isilah data responden berdasarkan kriteria yang saudara/i miliki
3. Ada lima jawaban alternatif yaitu :
 - a. SS (Sangat Setuju) : Nilai 5
 - b. S (Setuju) : Nilai 4
 - c. N (Netral) : Nilai 3
 - d. TS (Tidak Setuju) : Nilai 2
 - e. STS (Sangat Tidak Setuju) : Nilai 1

B. Data Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : () laki – laki
: () perempuan
3. Usia : () 20 - 25
: () 26 – 31
: () 32 – 37
: () 38 – 45
4. Pendidikan : () SMP – SMK
: () Diploma
: () S1
: () S2
: () S3

KUALITAS PRODUK (X1)

NO	PERTANYAAN (X1)	PILIHAN JAWABAN				
		STS (1)	TS (2)	S (4)	S (4)	SS (5)
1	PT Cahaya Harapan Indonesia tidak menjual 1 produk saja					
2	PT Cahaya Harapan Indonesia menjual produk berbagai ukuran dan warna produk					
3	PT Cahaya Harapan Indonesia menjual produk dengan ketebelan yang bervariasi					
4	Acrylic Sheet Royal memiliki ketahanan cukup baik dan bisa dibentuk display tertentu					
5	Acrylic Sheet Royal memiliki desain yang cukup menarik					
6	Acrylic Sheet Royal memiliki ukuran yang bervariasi					
7	Acrylic Sheet Royal memiliki jaminan pengganti produk baru jika produk tersebut rusak					
8	Acrylic Sheet Royal memiliki kualitas yang cukup bersaing dengan produk kalangannya					
9	Acrylic Sheet royal memiliki ketahanan produk yang cukup baik					
10	Polycarbonate dan Acrylic Sheet Royal adalah produk yang cukup menarik					

Promosi (X2)

NO	PERTANYAAN (X2)	PILIHAN JAWABAN				
		STS (1)	TS (2)	S (4)	S (4)	SS (5)
1	Tampilan iklan susah didapatkan oleh konsumen					
2	Brosur yang dicetak cukup terbatas					
3	PT Cahaya Harapan Indonesia memiliki konsultasi produk bagi konsumen					
4	PT Cahaya Harapan Indonesia menggunakan pelayanan yang baik untuk promosi produk					
5	PT Cahaya Harapan Indonesia memfokuskan promosi perorangan dalam penjualan					
6	PT Cahaya Harapan Indonesia melakukan promosi penjualan dari mulut ke mulut					
7	PT Cahaya Harapan Indonesia memiliki sales yang cukup baik					
8	PT Cahaya Harapan Indonesia memiliki beberapa contoh produk					
9	PT Cahaya Harapan Indonesia memfokuskan sales pada penjualan					
10	PT Cahaya Harapan Indonesia menjual produk dengan harga sesuai harapan konsumen					

Harga (X3)

NO	PERTANYAAN (X3)	PILIHAN JAWABAN				
		STS (1)	TS (2)	S (4)	S (4)	SS (5)
1	Polycarbonate dan Acrylic Sheet Royal memiliki harga yang cukup terjangkau					
2	PT Cahaya Harapan Indonesia selalu upgrade harga terbaru					
3	PT Cahaya Harapan Indonesia menyesuaikan harga dengan kualitas					
4	PT Cahaya Harapan Indonesia menggunakan transaksi pembelian yang cukup mudah					
5	PT Cahaya Harapan Indonesia selalu mengupgrade perubahan harga sewaktu – waktu					
6	Acrylic Sheet Royal memiliki harga yang relatif murah dan bersaing					
7	PT Cahaya Harapan Indonesia dapat negosiasi harga untuk pembelian tertentu					
8	PT Cahaya Harapan Indonesia menjual produk dengan harga yang relatif murah					
9	PT Cahaya Harapan Indonesia memiliki diskon dalam pembelian dalam jumlah banyak					
10	Polycarbonate dan Acrylic Sheet Royal memiliki harga sesuai dengan harapan konsumen					

Keputusan Pembelian (Y)

NO	PERTANYAAN (Y)	PILIHAN JAWABAN				
		STS (1)	TS (2)	S (4)	S (4)	SS (5)
1	Saya membeli produk sesuai yang saya butuhkan					
2	Saya membeli produk sesuai dana yang saya miliki					
3	Saya membeli produk sesuai dengan pandangan saya tentang produk tersebut					
4	Saya membeli produk sesuai rekomendasi teman saya					
5	Saya membeli produk sesuai motivasi dari teman saya					
6	Saya membeli produk sesuai dengan status sosial saya					
7	Saya membeli produk sesuai dengan pengalaman saya membeli produk tersebut					
8	Saya membeli produk karena harga produk tersebut relatif terjangkau					
9	Saya membeli produk karena produk tersebut menarik					
10	Saya membeli produk karena produk tersebut dan kualitas produk tersebut bagus					

95	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	37
96	1	2	3	1	1	2	2	1	3	1	17
97	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	45
98	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45
99	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	46
100	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
101	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	47
102	4	3	3	4	4	2	3	4	4	3	34

NO	X1 PRMOSI										TOTAL (X1)
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	44
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	4	5	4	3	5	5	4	4	5	44
4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	44
5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	43
6	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	45
7	5	4	4	4	4	5	2	5	4	5	42
8	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
9	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
10	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	40
11	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	41
12	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	41
13	5	3	3	3	4	4	4	5	3	3	37
14	5	5	4	5	5	5	2	5	5	3	44
15	4	4	3	5	4	2	4	4	1	2	33
16	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	46
17	5	4	4	5	3	4	4	4	3	5	41
18	5	4	4	3	5	5	3	5	3	4	41
19	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	45
20	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	47
21	5	3	4	4	4	4	3	4	4	5	40
22	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
23	5	5	5	4	5	4	3	5	4	3	43
24	5	4	4	4	4	5	3	5	4	3	41
25	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	45
26	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	39
27	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
28	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
29	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47
30	5	3	4	5	5	5	5	5	3	4	44
31	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	45
32	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	44
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	47

35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	5	4	5	4	5	5	3	5	5	4	45
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	2	4	5	3	4	5	4	2	5	38
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	39
43	5	3	5	3	4	4	5	5	3	5	42
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	47
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
52	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	47
53	5	4	5	4	4	3	4	4	3	5	41
54	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	38
55	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	43
56	4	4	5	5	3	4	5	5	4	5	44
57	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
58	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	46
59	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	41
60	5	4	5	4	4	4	4	5	3	4	42
61	4	3	3	3	3	4	3	5	3	4	35
62	4	2	3	5	5	4	5	4	5	5	42
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
65	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
66	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	45
67	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	46
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	46
70	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	45
71	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	39
72	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	46
73	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	44
76	4	5	3	4	2	4	5	1	5	5	38
77	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
78	5	5	5	5	5	2	5	3	5	5	45
79	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	46
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	3	3	4	3	5	5	5	5	5	4	42
82	5	4	5	3	2	5	5	3	4	4	40

25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
27	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
28	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	35
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	3	4	3	3	4	2	2	4	2	31
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	43
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	45
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
50	5	2	3	3	5	4	3	1	5	3	34
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
53	5	4	5	5	4	2	4	5	3	5	42
54	5	4	4	5	3	4	3	4	3	4	39
55	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	41
56	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	45
57	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
58	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	45
59	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	41
60	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
61	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
70	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
72	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	46

73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47
76	3	4	5	5	3	4	4	3	4	2	37
77	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	45
78	5	3	2	4	2	5	4	5	5	4	39
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	5	4	3	5	2	3	4	5	4	2	37
82	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44
83	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	47
84	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
85	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
86	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	46
87	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	46
88	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
89	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	47
90	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	44
91	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
92	4	4	5	3	5	3	4	5	3	4	40
93	4	5	3	5	4	5	3	4	4	3	40
94	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	39
95	5	5	5	3	4	5	4	3	5	3	42
96	3	5	4	4	3	3	5	5	4	4	40
97	4	3	4	5	3	3	4	4	5	3	38
98	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	39
99	3	4	5	3	3	4	4	3	4	4	37
100	4	5	4	3	3	4	5	4	4	5	41
101	3	4	5	5	3	4	5	5	5	4	43
102	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	41



47	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	45
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
53	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	46
54	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	35
55	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
57	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
58	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
61	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	45
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	47
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
70	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
72	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	46
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	5	5	4	4	3	4	3	3	3	4	38
77	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
78	5	4	3	5	5	5	2	5	5	5	44
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	2	5	1	5	5	2	1	1	5	5	32
82	5	4	4	2	1	1	4	5	4	3	33
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	43
85	5	5	5	2	2	5	5	4	4	5	42
86	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	41
87	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	41
88	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	46
89	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	44
90	5	5	3	3	1	3	5	5	5	5	40
91	5	5	5	3	3	3	3	4	4	3	38
92	4	4	3	2	2	2	4	5	3	4	33
93	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	45
94	3	3	5	3	5	3	5	3	3	3	36

95	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	34
96	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	13
97	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	44
98	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45
99	5	5	4	5	4	3	5	5	5	4	45
100	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	47
101	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	47
102	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	28

TABEL FREKUENSI VARIABEL PROMOSI (X1)

X1.1 Tampilan iklan media elektronik susah di dapatkan oleh konsumen

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1,0	1,0	1,0
3	3	2,9	2,9	3,9
Valid 4	29	28,4	28,4	32,4
5	69	67,6	67,6	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X1.2 Terbatasnya brosur yang dicetak

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	3	2,9	2,9	2,9
3	17	16,7	16,7	19,6
Valid 4	32	31,4	31,4	51,0
5	50	49,0	49,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X1.3 memiliki konsultasi produk bagi konsumen**PROMOSI**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
3	7	6,9	6,9	7,8
Valid 4	34	33,3	33,3	41,2
5	60	58,8	58,8	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X1.4 menggunakan pelayanan yang baik untu promosi produk**PROMOSI**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1,0	1,0	1,0
3	17	16,7	16,7	17,6
Valid 4	34	33,3	33,3	51,0
5	50	49,0	49,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X1.5 memfokuskan promosi perorangan dalam penjualan**PROMOSI**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	3	2,9	2,9	2,9
3	9	8,8	8,8	11,8
Valid 4	35	34,3	34,3	46,1
5	55	53,9	53,9	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X1.6 melakukan penjualan dari mulut ke mulut

PROMOSI				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2,0	2,0	2,0
3	9	8,8	8,8	10,8
Valid 4	41	40,2	40,2	51,0
5	50	49,0	49,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X1.7 memiliki seles yang cukup baik

PROMOSI				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
2	2	2,0	2,0	2,9
Valid 3	19	18,6	18,6	21,6
4	37	36,3	36,3	57,8
5	43	42,2	42,2	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X1.8 memiliki beberapa contoh produk

PROMOSI				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
2	1	1,0	1,0	2,0
Valid 3	7	6,9	6,9	8,8
4	34	33,3	33,3	42,2
5	59	57,8	57,8	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X1.9 memfokuskan seles pada penjualan

PROMOSI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2,0	2,0	2,0
3	9	8,8	8,8	10,8
Valid 4	41	40,2	40,2	51,0
5	50	49,0	49,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X1.10 menjual produk dengan harga sesuai harapan konsumen

PROMOSI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
2	2	2,0	2,0	2,9
Valid 3	9	8,8	8,8	11,8
4	39	38,2	38,2	50,0
5	51	50,0	50,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

TABEL FREKUENSI VARIABEL KUALITAS PRODUK (X2)

X2.1 Tidak menjual 1 produk saja

KUALITAS PRODUK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
3	9	8,8	8,8	9,8
Valid 4	45	44,1	44,1	53,9
5	47	46,1	46,1	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X2.2 Menjual produk berbagai ukuran dan warna produk

KUALITAS PRODUK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2,0	2,0	2,0
3	12	11,8	11,8	13,7
Valid 4	40	39,2	39,2	52,9
5	48	47,1	47,1	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X2.3 menjual produk dengan ketebalan yang bervariasi

KUALITAS PRODUK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	7	6,9	6,9	6,9
Valid 4	52	51,0	51,0	57,8
5	43	42,2	42,2	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X2.4 Memiliki ketahanan cukup baik dan bisa dibentuk display tertentu

KUALITAS PRODUK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
3	10	9,8	9,8	10,8
Valid 4	53	52,0	52,0	62,7
5	38	37,3	37,3	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X2.5 Memiliki desain yang cukup menarik**KUALITAS PRODUK**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
2	1	1,0	1,0	2,0
Valid 3	13	12,7	12,7	14,7
4	47	46,1	46,1	60,8
5	40	39,2	39,2	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X2.6 Memiliki ukuran yang bervariasi**KUALITAS PRODUK**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	5	4,9	4,9	4,9
3	4	3,9	3,9	8,8
Valid 4	48	47,1	47,1	55,9
5	45	44,1	44,1	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X2.7 memiliki jaminan pengganti jika produk tersebut rusak**KUALITAS PRODUK**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2,0	2,0	2,0
2	2	2,0	2,0	3,9
Valid 3	13	12,7	12,7	16,7
4	36	35,3	35,3	52,0
5	49	48,0	48,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X2.8 Memiliki kualitas yang cukup berdaing di kalangannya

KUALITAS PRODUK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2,0	2,0	2,0
2	3	2,9	2,9	4,9
Valid 3	12	11,8	11,8	16,7
4	50	49,0	49,0	65,7
5	35	34,3	34,3	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X2.9 memiliki ketahanan yang cukup baik

KUALITAS PRODUK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2,0	2,0	2,0
3	9	8,8	8,8	10,8
Valid 4	41	40,2	40,2	51,0
5	50	49,0	49,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X2.10 adalah produk yang cukup menarik

KUALITAS PRODUK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
3	9	8,8	8,8	9,8
Valid 4	44	43,1	43,1	52,9
5	48	47,1	47,1	100,0
Total	102	100,0	100,0	

TABEL FREKUENSI VARIABEL HARGA (X3)

X3.1Memiliki harga yang cukup terjangkau

HARGA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	8	7,8	7,8	7,8
Valid 4	33	32,4	32,4	40,2
5	61	59,8	59,8	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X3.2 selalu upgrade harga terbaru**HARGA**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1,0	1,0	1,0
3	5	4,9	4,9	5,9
Valid 4	43	42,2	42,2	48,0
5	53	52,0	52,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X3.3 Menyesuaikan harga dengan kualitas**HARGA**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1,0	1,0	1,0
3	6	5,9	5,9	6,9
Valid 4	36	35,3	35,3	42,2
5	59	57,8	57,8	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X3.4 Menggunakan transaksi yang cukup mudah

HARGA				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	11	10,8	10,8	10,8
Valid 4	41	40,2	40,2	51,0
5	50	49,0	49,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X3.5 selalu upgrade perubahan harga sewaktu – waktu

HARGA				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2,0	2,0	2,0
3	11	10,8	10,8	12,7
Valid 4	39	38,2	38,2	51,0
5	50	49,0	49,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X3.6 Harga yang relatif murah dan bersaing

HARGA				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2,0	2,0	2,0
3	6	5,9	5,9	7,8
Valid 4	43	42,2	42,2	50,0
5	51	50,0	50,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X3.7 Memiliki negosiasi dalam pembelian tertentu**HARGA**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1,0	1,0	1,0
3	9	8,8	8,8	9,8
Valid 4	46	45,1	45,1	54,9
5	46	45,1	45,1	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X3.8 Menjual produk dengan harga yang relatif murah**HARGA**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
2	1	1,0	1,0	2,0
Valid 3	9	8,8	8,8	10,8
4	41	40,2	40,2	51,0
5	50	49,0	49,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X3.9 Memiliki diskon dalam pembelian jumlah tertentu**HARGA**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	4	3,9	3,9	3,9
Valid 4	37	36,3	36,3	40,2
5	61	59,8	59,8	100,0
Total	102	100,0	100,0	

X3.10 Memiliki harga sesuai harapan konsumen

HARGA				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	4	3,9	3,9	3,9
3	7	6,9	6,9	10,8
Valid 4	39	38,2	38,2	49,0
5	52	51,0	51,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

TABEL FREKUENSI VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Y.1 Saya membeli produk yang saya butuhkan

KEPUTUSAN PEMBELIAN				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
2	1	1,0	1,0	2,0
Valid 3	3	2,9	2,9	4,9
4	37	36,3	36,3	41,2
5	60	58,8	58,8	100,0
Total	102	100,0	100,0	

Y.2 Saya membeli produk sesuai dana yang saya miliki

KEPUTUSAN PEMBELIAN				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
3	8	7,8	7,8	8,8
Valid 4	35	34,3	34,3	43,1
5	58	56,9	56,9	100,0
Total	102	100,0	100,0	

Y.3 Saya membeli produk dengan pandangan saya

KEPUTUSAN PEMBELIAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
2	1	1,0	1,0	2,0
3	6	5,9	5,9	7,8
4	42	41,2	41,2	49,0
5	52	51,0	51,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

Y.4 Saya membeli produk sesuai rekomendasi

KEPUTUSAN PEMBELIAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	5	4,9	4,9	4,9
3	8	7,8	7,8	12,7
4	34	33,3	33,3	46,1
5	55	53,9	53,9	100,0
Total	102	100,0	100,0	

Y.5 Saya membeli produk sesuai motivasi dari teman saya

KEPUTUSAN PEMBELIAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	2,9	2,9	2,9
2	3	2,9	2,9	5,9
3	7	6,9	6,9	12,7
4	35	34,3	34,3	47,1
5	54	52,9	52,9	100,0
Total	102	100,0	100,0	

Y.6 Saya membeli produk sesuai dengan status sosial saya

KEPUTUSAN PEMBELIAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2,0	2,0	2,0
2	2	2,0	2,0	3,9
3	9	8,8	8,8	12,7
4	39	38,2	38,2	51,0
5	50	49,0	49,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

Y.7 Saya membeli produk sesuai pengalaman saya

KEPUTUSAN PEMBELIAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	2,9	2,9	2,9
2	3	2,9	2,9	5,9
3	7	6,9	6,9	12,7
4	36	35,3	35,3	48,0
5	53	52,0	52,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

Y.8 Saya membeli produk karena harga produk relatif terjangkau

KEPUTUSAN PEMBELIAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2,0	2,0	2,0
3	10	9,8	9,8	11,8
4	38	37,3	37,3	49,0
5	52	51,0	51,0	100,0
Total	102	100,0	100,0	

Y.9 Saya mwmbwli produk karna produk tersebut menarik

KEPUTUSAN PEMBELIAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
3	9	8,8	8,8	9,8
Valid 4	32	31,4	31,4	41,2
5	60	58,8	58,8	100,0
Total	102	100,0	100,0	

Y.10 Saya membeli produk karna produk dan kualiatas produk tersebut bagus

KEPUTUSAN PEMBELIAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2,0	2,0	2,0
3	4	3,9	3,9	5,9
Valid 4	36	35,3	35,3	41,2
5	60	58,8	58,8	100,0
Total	102	100,0	100,0	

UJI VALIDITAS DAN REABILITAS PROMOSI (X1)

Case Processing Summary

	N	%
Valid	102	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	102	100,0

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,844	,847	10

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PROMOSI	38,97	21,672	,528	,366	,832
PROMOSI	39,33	20,185	,536	,452	,830
PROMOSI	39,11	19,919	,710	,632	,815
PROMOSI	39,29	20,368	,564	,392	,827
PROMOSI	39,21	20,066	,620	,576	,822
PROMOSI	39,24	21,548	,425	,307	,839
PROMOSI	39,43	21,159	,381	,276	,846
PROMOSI	39,14	20,634	,548	,516	,828
PROMOSI	39,41	20,066	,545	,473	,829
PROMOSI	39,25	20,033	,596	,498	,824

UJI VALIDITAS DAN REABILITAS KUALITAS PRODUK (X2)

Case Processing Summary		
	N	%
Valid	102	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	102	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,903	,907	10

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KUALITAS PRODUK	38,51	25,262	,708	,565	,891
KUALITAS PRODUK	38,54	26,152	,544	,369	,901
KUALITAS PRODUK	38,50	26,213	,700	,554	,893
KUALITAS PRODUK	38,61	25,251	,727	,584	,890
KUALITAS PRODUK	38,64	24,451	,764	,600	,887
KUALITAS PRODUK	38,55	25,399	,639	,475	,895
KUALITAS PRODUK	38,60	24,678	,612	,464	,898
KUALITAS PRODUK	38,75	25,023	,596	,408	,899
KUALITAS PRODUK	38,49	25,955	,600	,380	,897
KUALITAS PRODUK	38,50	24,906	,759	,624	,888

UJI VALIDITAS DAN REABILITAS HARGA (X3)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	102	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	102	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,892	,893	10

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HARGA	39,70	20,471	,547	,327	,887
HARGA	39,76	19,588	,717	,611	,876
HARGA	39,72	20,087	,601	,486	,884
HARGA	39,83	19,962	,602	,413	,884
HARGA	39,87	19,122	,665	,580	,879
HARGA	39,81	19,797	,612	,527	,883
HARGA	39,87	19,182	,737	,637	,874
HARGA	39,86	19,129	,647	,551	,881
HARGA	39,66	20,762	,567	,455	,886
HARGA	39,85	19,057	,643	,534	,881

UJI VALIDITAS DAN REABILITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	102	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	102	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,924	,926	10

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KEPUTUSAN PEMBELIAN	39,48	32,351	,667	,621	,918
KEPUTUSAN PEMBELIAN	39,53	31,776	,713	,599	,916
KEPUTUSAN PEMBELIAN	39,59	31,690	,715	,689	,916
KEPUTUSAN PEMBELIAN	39,63	30,711	,734	,749	,914
KEPUTUSAN PEMBELIAN	39,68	30,538	,644	,663	,921
KEPUTUSAN PEMBELIAN	39,69	30,039	,776	,712	,912
KEPUTUSAN PEMBELIAN	39,69	29,920	,713	,676	,916
KEPUTUSAN PEMBELIAN	39,64	31,342	,672	,601	,918
KEPUTUSAN PEMBELIAN	39,52	31,024	,797	,711	,911
KEPUTUSAN PEMBELIAN	39,48	32,232	,717	,657	,916

Asumsi klasik

1. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,74247049
	Absolute	,129
Most Extreme Differences	Positive	,084
	Negative	-,129
Kolmogorov-Smirnov Z		1,304
Asymp. Sig. (2-tailed)		,067

a. Test distribution is Normal.

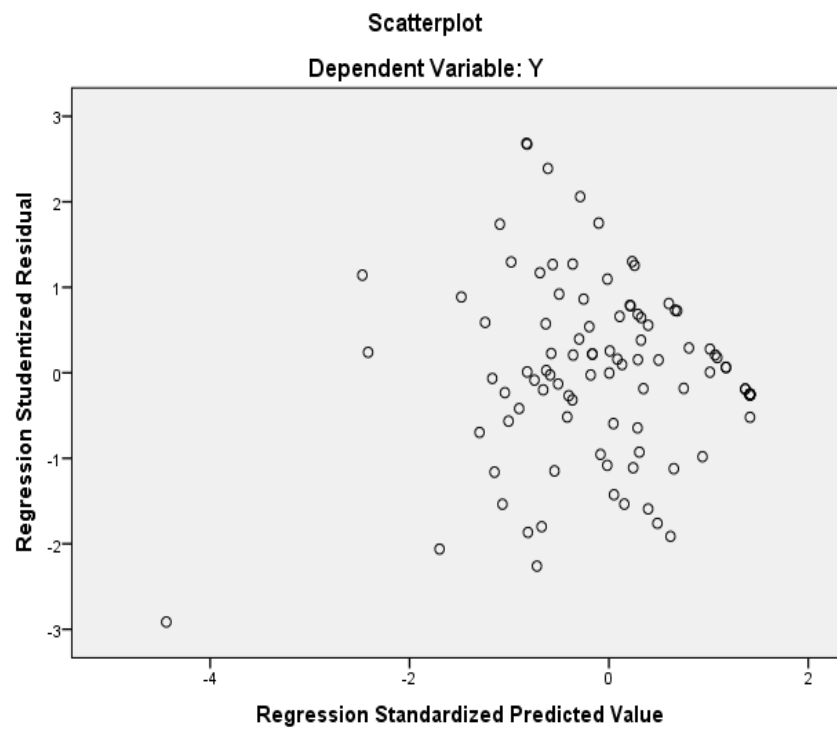
b. Calculated from data.

2. Uji multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,307	3,863		,519	,605		
PROMOSI	,395	,137	,319	2,879	,000	,305	3,283
KUALITAS PRODUK	,430	,125	,387	3,436	,001	,295	3,392
HARGA	,234	,093	,186	2,513	,004	,684	1,461

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

3. Uji heterokedastistas



Analisis Korelasi Berganda

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
PROMOSI	102	43,60	4,996
KUALITAS PRODUK	102	42,85	5,562
HARGA	102	44,22	4,904
KEPUTUSAN PEMBELIAN	102	43,99	6,176
Valid N (listwise)	102		

Uji korelasi berganda

Correlations

		PROMOSI	KUALITAS PRODUK	HARGA	KEPUTUSAN PEMBELIAN
PROMOSI	Pearson Correlation	1	,830**	,525**	,738**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	102	102	102	102
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	,830**	1	,547**	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	102	102	102	102
HARGA	Pearson Correlation	,525**	,547**	1	,566**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	102	102	102	102
KEPUTUSAN PEMBELIAN	Pearson Correlation	,738**	,754**	,566**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	102	102	102	102

Koefisien regresi linier berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,307	3,863		519	,605
1 PROMOSI	,395	,137	,319	2,879	,000
1 KUALITAS PRODUK	,430	,125	,387	3,436	,001
1 HARGA	,234	,093	,186	2,513	,004

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Analisis Koedidien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,796 ^a	,633	,622	3,799

a. Predictors: (Constant), HARGA , PROMOSI, KUALITAS PRODUK

UJI HIPOTESIS

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,307	3,863		519	,605
	PROMOSI	,395	,137	,319	2,879	,000
	KUALITAS PRODUK	,430	,125	,387	3,436	,001
	HARGA	,234	,093	,186	2,513	,004

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2438,376	3	812,792	56,308	,000 ^b
	Residual	1414,615	98	14,435		
	Total	3852,990	101			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

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

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

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

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152

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

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
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

df	0.1	0.05	0.025	0.02	0.01	0.005
1	3.078	6.314	12.706	15.895	31.821	63.657
2	1.886	2.920	4.303	4.849	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	3.482	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	2.999	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	2.757	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	2.612	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.517	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.449	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.398	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.359	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.328	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.303	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.282	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.264	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.249	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.235	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.224	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.214	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.205	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.197	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.189	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.183	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.177	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.172	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.167	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.162	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.158	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.154	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.150	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.147	2.457	2.750
31	1.309	1.696	2.040	2.144	2.453	2.744
32	1.309	1.694	2.037	2.141	2.449	2.738
33	1.308	1.692	2.035	2.138	2.445	2.733
34	1.307	1.691	2.032	2.136	2.441	2.728
35	1.306	1.690	2.030	2.133	2.438	2.724
36	1.306	1.688	2.028	2.131	2.434	2.719
37	1.305	1.687	2.026	2.129	2.431	2.715
38	1.304	1.686	2.024	2.127	2.429	2.712
39	1.304	1.685	2.023	2.125	2.426	2.708
40	1.303	1.684	2.021	2.123	2.423	2.704
41	1.303	1.683	2.020	2.121	2.421	2.701
42	1.302	1.682	2.018	2.120	2.418	2.698
43	1.302	1.681	2.017	2.118	2.416	2.695
44	1.301	1.680	2.015	2.116	2.414	2.692
45	1.301	1.679	2.014	2.115	2.412	2.690
46	1.300	1.679	2.013	2.114	2.410	2.687
47	1.300	1.678	2.012	2.112	2.408	2.685
48	1.299	1.677	2.011	2.111	2.407	2.682
49	1.299	1.677	2.010	2.110	2.405	2.680
50	1.299	1.676	2.009	2.109	2.403	2.678

df	0.1	0.05	0.025	0.02	0.01	0.005
51	1.298	1.675	2.008	2.108	2.402	2.676
52	1.298	1.675	2.007	2.107	2.400	2.674
53	1.298	1.674	2.006	2.106	2.399	2.672
54	1.297	1.674	2.005	2.105	2.397	2.670
55	1.297	1.673	2.004	2.104	2.396	2.668
56	1.297	1.673	2.003	2.103	2.395	2.667
57	1.297	1.672	2.002	2.102	2.394	2.665
58	1.296	1.672	2.002	2.101	2.392	2.663
59	1.296	1.671	2.001	2.100	2.391	2.662
60	1.296	1.671	2.000	2.099	2.390	2.660
61	1.296	1.670	2.000	2.099	2.389	2.659
62	1.295	1.670	1.999	2.098	2.388	2.657
63	1.295	1.669	1.998	2.097	2.387	2.656
64	1.295	1.669	1.998	2.096	2.386	2.655
65	1.295	1.669	1.997	2.096	2.385	2.654
66	1.295	1.668	1.997	2.095	2.384	2.652
67	1.294	1.668	1.996	2.095	2.383	2.651
68	1.294	1.668	1.995	2.094	2.382	2.650
69	1.294	1.667	1.995	2.093	2.382	2.649
70	1.294	1.667	1.994	2.093	2.381	2.648
71	1.294	1.667	1.994	2.092	2.380	2.647
72	1.293	1.666	1.993	2.092	2.379	2.646
73	1.293	1.666	1.993	2.091	2.379	2.645
74	1.293	1.666	1.993	2.091	2.378	2.644
75	1.293	1.665	1.992	2.090	2.377	2.643
76	1.293	1.665	1.992	2.090	2.376	2.642
77	1.293	1.665	1.991	2.089	2.376	2.641
78	1.292	1.665	1.991	2.089	2.375	2.640
79	1.292	1.664	1.990	2.088	2.374	2.640
80	1.292	1.664	1.990	2.088	2.374	2.639
81	1.292	1.664	1.990	2.087	2.373	2.638
82	1.292	1.664	1.989	2.087	2.373	2.637
83	1.292	1.663	1.989	2.087	2.372	2.636
84	1.292	1.663	1.989	2.086	2.372	2.636
85	1.292	1.663	1.988	2.086	2.371	2.635
86	1.291	1.663	1.988	2.085	2.370	2.634
87	1.291	1.663	1.988	2.085	2.370	2.634
88	1.291	1.662	1.987	2.085	2.369	2.633
89	1.291	1.662	1.987	2.084	2.369	2.632
90	1.291	1.662	1.987	2.084	2.368	2.632
91	1.291	1.662	1.986	2.084	2.368	2.631
92	1.291	1.662	1.986	2.083	2.368	2.630
93	1.291	1.661	1.986	2.083	2.367	2.630
94	1.291	1.661	1.986	2.083	2.367	2.629
95	1.291	1.661	1.985	2.082	2.366	2.629
96	1.290	1.661	1.985	2.082	2.366	2.628
97	1.290	1.661	1.985	2.082	2.365	2.627
98	1.290	1.661	1.984	2.081	2.365	2.627
99	1.290	1.660	1.984	2.081	2.365	2.626
100	1.290	1.660	1.984	2.081	2.364	2.626