

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian, analisis data, dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya, maka melalui penelitian ini dapat disimpulkan mengenai pengaruh merek (X1), kualitas produk (X2), dan pemberian diskon (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT. Uqba Lifestyle Indonesia, diantaranya sebagai berikut :

- a. Melalui analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan variabel merek memiliki hubungan yang positif dan kuat terhadap keputusan pembelian pada PT. Uqba Lifestyle Indonesia yaitu sebesar 63.6%. Dimana hal tersebut dibuktikan dengan hasil jawaban kuisioner yang telah disebar dengan jumlah 100 responden dan didapatkan hasil t_{hitung} model 1 yang lebih besar daripada t_{tabel} yaitu $13.088 > 1.98472$, model 2 yaitu $6.284 > 1.98472$, dan model 3 yaitu $3.178 > 1.98472$ dengan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ pada model 1 dan 2, serta $0.002 < 0.05$ pada model ketiga. Maka, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau merek yang dikenang baik oleh pelanggan mampu mempengaruhi keputusan pembelian mereka.
- b. Terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan antara merek dan kualitas produk dengan keputusan pembelian pada PT. Uqba Lifestyle

Indonesia yaitu 72.2%. Pada uji t , didapatkan hasil t_{hitung} untuk kualitas produk model 2 yang lebih besar daripada t_{tabel} sebesar $5.490 > 1.98472$ dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ dan model 3 yaitu $3.138 > 1.98472$ dengan nilai signifikan $0.002 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dan menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Uqba Lifestyle Indonesia.

- c. Terdapat pengaruh yang sangat kuat dan signifikan antara merek, kualitas produk, dan pemberian diskon terhadap keputusan pembelian pada PT. Uqba Lifestyle Indonesia dengan persentase 76.5%. Pada uji t pemberian diskon, diperoleh t_{hitung} model 3 yang lebih besar daripada t_{tabel} yaitu sebesar $4.183 > 1.98472$ dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau terdapat pengaruh yang signifikan antara pemberian diskon terhadap keputusan pembelian pada PT. Uqba Lifestyle Indonesia
- d. Terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan antara merek, kualitas produk, dan pemberian diskon terhadap keputusan pembelian pada PT. Uqba Lifestyle Indonesia. Hal ini dilihat dari uji F atau uji simultan yang telah dilakukan dan digunakan untuk mengetahui adanya keterkaitan dan pengaruh secara bersama-sama antara variabel independent dan dependen. Didapatkan hasil f_{hitung} yang lebih besar dari f_{tabel} pada model 1 yaitu $117.283 > 2.70$, model 2 yaitu $126.180 > 2.70$, dan model 3 yaitu $108.263 > 2.70$ dengan nilai signifikan 0.000

< 0.05 pada ketiga model tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau terhadap pengaruh antara cutra merek, kualitas produk, dan pemberian diskon terhadap keputusan pembelian pada PT. Uqba Lifestyle Indonesia.

B. Implikasi

Penelitian ini menjabarkan adanya pengaruh antara merek terhadap keputusan pembelian (secara parsial) di PT. Uqba Lifestyle Indonesia. Apabila suatu produk memiliki merek yang sudah dikenal atau dipandang baik oleh masyarakat, maka hal ini akan cenderung menarik perhatian dan menjadi daya tarik masyarakat untuk mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut. Identitas yang kuat akan suatu merek juga akan menjadi sebuah sertifikat tidak tertulis yang menjadi jaminan kualitas dan menimbulkan rasa yakin dan percaya terhadap suatu *brand* atau merek.

Selain merek, melalui penelitian ini dapat pula diketahui pengaruh atau hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Produk yang dinilai berkualitas akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan meningkatkan minat masyarakat untuk melakukan pembelian, dilandaskan dengan rasa yakin bahwa kebutuhan dan keinginan masyarakat dapat terpenuhi dengan adanya produk tersebut.

Melalui penelitian ini pula, dapat dilihat dan diketahui mengenai tingkat hubungan antara pemberian diskon terhadap keputusan pembelian pada produk Solvex. Secara parsial, pemberian diskon berpengaruh terhadap keputusan

pembelian, dimana pemberian diskon yang diberlakukan secara unik dan semarak akan menarik perhatian masyarakat akan program promosi yang sedang dijalankan. Pemberian diskon yang diiringi dengan durasi waktu yang lama dan besaran persentase diskon yang cenderung besar akan semakin menambah rasa penasaran masyarakat dan memicu masyarakat untuk melakukan pengambilan keputusan pembelian akan suatu produk.

Penelitian ini juga menjabarkan adanya pengaruh antara merek, kualitas produk, dan pemberian diskon (secara simultan) terhadap keputusan pembelian pada PT. Uqba Lifestyle Indonesia. Dimana penerapan kualitas produk yang baik akan cenderung mampu memberikan pandangan atau positif akan suatu merek, diiringi pemberian diskon dengan menarik dengan volume persentase diskon yang besar, akan menjadi perhatian dan daya dorong bagi masyarakat untuk dapat mengambil keputusan dalam pembelian produk Solvex.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas dan dijabarkan, maka penulis memberikan beberapa saran, diantaranya :

1. Untuk peneliti

Diharapkan setiap para peneliti dapat mengerjakan setiap penelitiannya dengan serius, detail, maksimal, serta mencari terlebih dahulu sumber dan permasalahan yang tepat, sebelum melakukan penelitian. Hal ini dianjurkan agar penelitian-penelitian yang dikerjakan dapat menghasilkan data yang asli, benar, akurat, dan dapat

dipertanggungjawabkan. Selain itu, diharapkan para peneliti selanjutnya dapat mengambil dan meneliti variabel-variabel lainnya yang berkaitan atau mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang lebih luas mengenai manajemen pemasaran.

2. Untuk perusahaan

Diharapkan melalui penelitian ini, perusahaan mampu untuk mempertahankan pandangan atau merek yang telah dimiliki dan dikenal dengan baik di mata pelanggan, sehingga kepercayaan pelanggan tetap terjaga. Selain itu, diharapkan perusahaan dapat terus menciptakan produk-produk yang berkualitas, serta tetap menjaga kualitas produk yang dimiliki, baik dari segi material yang digunakan, kemasan, dan faktor pendukung lainnya, sehingga pelanggan akan tetap percaya dan merasa produk Solvex ini mampu diandalkan sebagai solusi dalam menyelesaikan setiap masalah bagi pelanggan. Diharapkan program pemberian diskon yang unik dan menarik, mampu terus digalangan oleh perusahaan guna semakin meningkatkan rasa yakin pelanggan untuk mengambil keputusan pembelian akan produk yang dipasarkan.

3. Untuk responden

Diharapkan kepada setiap masyarakat yang telah diberikan kesempatan dan diminta ketersediaannya untuk menjadi bagian dalam pemberian

tanggapan dan pendapatnya, untuk dapat mengisi setiap pertanyaan kuesioner yang diberikan dengan baik, jujur, dan sungguh-sungguh, dikarenakan satu jawaban responden akan sangat berpengaruh terhadap hasil penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti tersebut.

fgrf

rgtrgrrrr



DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi* (M. Lettucia, Ed.; 1st ed.). AE Publishing. https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Manajemen/9zfvDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian%20manajemen%20menurut%20para%20ahli&pg=PR8&printsec=frontcover
- Aghitsni, W. I., & Nur Busyra. (2022). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3).
- Alfiansyah, D., & Ismunandar. (2020). Pengaruh Persepsi dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Scoopy di Kota Bima. *Jurnal Unrika*, 9(2).
- Anjarini, A. D., Aria Mulyapradana, Aria Elshifa, & Khafidzin. (2021). *Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian Madu pada UMKM Jamaluddin*. 1(1).
- Arafah, R., Amrusi, & Musfiana. (2022). Pengaruh Potongan Harga pada Aplikasi Shopee terhadap Pembelian Tidak Terencana Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Economica Didactica*, 3(2).
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT. Inovasi Pratama Internasional. https://www.google.co.id/books/edition/Keputusan_Pembelian_Produk/nTxlEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=proses%20pengambilan%20keputusan%20pembelian%20menurut%20para%20ahli&pg=PA6&printsec=frontcover
- Artaya, I. P., & Sulistyani Eka Lestari. (2021). *Pengantar Bisnis Merajut Bisnis Lokal Menuju Bisnis Global Beserta Kajian Hukumnya* (G. Purwantoro, Ed.; 1st ed.). Narotama University Press. https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Bisnis_Merajut_Bisnis_Lokal_Me/69pbEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=ciri-ciri%20merek%20yang%20baik%20menurut%20para%20ahli&pg=PR2&printsec=frontcover
- Aryatinigrum, S. W., & Athiyyah Isna Insyirah. (2020). Pengaruh Pemberian Price Discount terhadap Loyalitas Konsumen pada Penggunaan Online Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3).
- Astuti, W., & Agni Rizkita Amanda. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. DEEPUBLISH. https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Manajemen_Pemasaran/baTXDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manajemen%20pemasaran&pg=PP1&printsec=frontcover
- Bakkareng, Sunreni, & Yuni Sarah. (2022). Pengaruh Pemberian Diskon dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris pada Restoran Makanan dan Minuman Cepat Saji Pizza Hut A. Yani Padang). *Jurnal Mahasiswa*, 4(4), 768–783.

- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)* (A. Rofiq, Ed.). CV. Jakad Media Publishing.
https://www.google.co.id/books/edition/Citra_Merek_dan_Word_of_Mouth_Peranannya/riAzEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manfaat%20citra%20merk%20menurut%20para%20ahli&pg=PP4&printsec=frontcover
- Cahya, A. D., Nurhajati, & Ridwan Basalamah. (2020). Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Foto Bo Production). *Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 09(02).
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/7234/5806>
- Daga, R. (2018). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Global Research and Consulting Institute.
- Dewi, I. A. M. L., & I Gusti Ayu Ketut Giantari. (2023). *Niat Beli Konsumen Berbasis Sikap, Norma Subyektif, dan Kualitas Produk* (M. A. Wardana, Ed.). Intelktual Manifes Media.
https://www.google.co.id/books/edition/NIAT_BELI_KONSUMEN_BERBASIS_SIKAP_NORMA/1BfFEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=indikator%20kualitas%20produk&pg=PP5&printsec=frontcover
- Dewi, I. R. (2022, October 3). *Jokowi Ungkap Banyak Startup RI Gagal Total, Ini Penyebabnya*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20221003085102-37-376659/jokowi-ungkap-banyak-startup-ri-gagal-total-ini-penyebabnya>
- Dr. Sudaryono. (2019). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method* (2nd ed.). Rajawali Pers.
- Dunan, H., Muhammad Rizky Antoni, Heylin Idelia Jayasinga, & Appin Purisky Redaputri. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung . *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Informatika*, 17(2).
- Ernawati, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung*. 7(1).
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning and Strategy)* (Q. Media, Ed.; 1st ed.). Qiara Media.
https://www.google.co.id/books/edition/PEMASARAN_PRODUK_DAN_MEREREK/fiHHEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian%20citra%20merk%20menurut%20para%20ahli&pg=PA62&printsec=frontcover
- Ginanjari, G., & Andy. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk H&M (Study Kasus Pada Online Shop Dystuff)*. 1(2).

- Harto, B., Rahmat Joko Nugroho, Maulana Majied Sumatrani Saragih, Muhammad Fatih Rusydi Syadzili, & Fachrurazi. (2021). *Dasar Manajemen Bisnis Edisi : 2021* (P. Harahap, Ed.; 1st ed.). Yayasan Cendekia Mulia Mandiri. https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_Manajemen_Bisnis/salcEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian%20manajemen%20menurut%20para%20ahli&pg=PR5&printsec=frontcover
- Hernawan, E. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Produk terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Di Tangerang*. 17(2).
- Hernawan, E., & Andy. (2018). *Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Alfamidi Taman Royal Tangerang*. 16(3). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/77/40>
- Hilman Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBS SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jamaluddin, & La Tommeng. (2018). *Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kualitas Layanan di UPT Perpustakaan Universitas Hasanuddin*. 25(4). <https://ejournal.perpusnas.go.id/mp/article/download/195/188>
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Teori, Penerapan, dan Riset Nyata* (F. Husaini, Ed.). Anak Hebat Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Kuantitatif_dan_Kualit/yz8KEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=jenis%20data%20penelitian&pg=PR2&printsec=frontcover
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kotler, P., Kevin Lane Keller, Mairead Brady, Malcolm Goodman, & Torben Hansen. (2019). *Marketing Management* (4th ed.). Pearson Education.
- Kumbara, V. B. (2021). *Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian : Analisis Kualitas Produk, Desain Produk, dan Endorse*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5).
- Kurniawan, P., Yohny Anwar, & Ali Jufri. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Selat Media Patners. https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_PEMASARAN/n9fLEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manajemen%20pemasaran&pg=PA134&printsec=frontcover
- Kusnawan, A., Diana Silaswara, Andy, & Tjong Se Fung. (2019). *Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang*. 5(2).
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Khalifah Mediatama.

- Lestari, S. O. D. A. E., & Abdul Yusuf. (2018). Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ruang Guru di Kota Karawang. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 18(1).
- Machfiroh, I. S. (2018). Keterkaitan Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Emak di Fried Chicken Pelaihari. *Jurnal Humaniora Dan Teknologi*, 4(1).
- Mamonto, F. W., Willem J. F. A Tumbuan, & Mirah H. Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Podomoro Poigar di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA*, 9(2).
- Marfu'ah, S., & Nazrantika Sunarto. (2022). Pengaruh Diskon Harga terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis). *Jurnal Seminar Nasional Industri Dan Teknologi (SNIT)*, 1(1), 654–684.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, 1(2), 71–83.
- Mundung, A. J., Tinneke M. Tumbel, & Lucky F. Tamengkel. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame di Kota Manado. *Jurnal UNSRAT*, 2(6).
- Nadiya, F. H., & Susanti Wahyuningsih. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3.
- Natalia, J. L. F., & Fransiscus Dwikotjo Sri Sumantyo. (2023). Peran Citra Merek, Kualitas Produk, dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Sepatu PVN Shoes (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economica*, 2(9). <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.820>
- Nathanael, M., & Eso Hernawan. (2023). *Pengaruh Pembayaran Paylater, Online Review Customer Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia*. 2(2).
- Newsroom Diskominfoantik. (2023, September 7). *Jumlah Startup ASEAN Tembus 4.603*. <https://www.bekasikab.go.id/jumlah-startup-asean-tembus-4603>
- Nurhayati. (2023). *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management (NEM).
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian* (Amirullah, Ed.; 1st ed.). Media Nusa Creative. https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen_dan_Keputusan

_Pembelia/CHRMEEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=definisi%20kualitas%20produk%20dan%20keputusan%20pembelian&pg=PR2&printsec=frontcove

- Octhaviani, S., & Hendra Jonathan Sibarani. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Produk, Kualitas Produk, dan Harga Diskon terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi pada Pengguna Aplikasi Grabfood di Kota Medan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3).
- Oktavenia, K. A. R., & I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia dengan Citra Merek sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3). <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i3.p8>
- Pradana, A. A., & Retno Yustini Wahyuningdyah. (2019). Analisis Pengaruh Potongan Harga, Paket Bonus, Pajangan dalam Toko dan Suasana Toko Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Pelanggan Minimarket Indomaret Hybrid di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Perpajakan (JEMAP)*, 2(1).
- Pratami, Trianasari, & Atidira. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy pada PT. Mertha Buana Motor Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Prathama, R., & Sutrisna. (2023). *Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Bandi Kota Tangerang*. 2(1).
- Prawiyogi, A. G., Tia Latifatu Sadiyah, Andri Purwanugraha, & Popy Nur Elisa. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://jbasic.org/index.php/basicedu>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (3rd ed.). CV. Alfabeta.
- Purba, S., Erika Revida, Luthfi Parinduri, Bonaraja Purba, Muliana Pratiwi Bernadetta Purba, Tasnim, Peggy Sara Tahulending, Hengki MP. Simarmata, Agustian Budi Pasetya, Sherly, & Natasya Virginia Leuwol. (2020). *Perilaku Organisasi* (1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Puspitasari, D. M., & Risma Herdian. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Diskon Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(6).
- Putri, N. T. (2018). *Manajemen Kualitas Terpadu (Konsep, Alat dan Tektik, Aplikasi)*. Indomedia Pustaka. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Kualitas_Terpada_Konsep_Alatt_d/J4l0EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=prinsip%20kualitas%20produk&pg=PR2&printsec=frontcover

- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. DEEPUBLISH. <https://books.google.co.id/books?id=RUvWDwAAQBAJ&lpg=PA80&hl=id&pg=PR16#v=onepage&q&f=false>
- Sandra, C. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Piloni*. 1(2).
- Sari, M. S., & Muhammad Zefri. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 2(2).
- Satdiah, A., Elmira Siska, & Natal Indra. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CIDEA Jurnal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Sitorus, S. A., Nada Arina Romli, Chairul Pua Tingga, Ni Putu Sukanteri, Seprianti Eka Putri, Antonius Philippus Kurniawan Gheta, Aditya Wardhana, Kristian Suhartadi Wdidi Nugraha, Eka Hendrayani, Putu Chris Susanto, Yunita Primasanti, & Mutia Ulfah. (2020). *Brand Marketing : The Art of Branding* (A. Sudirman, Ed.). CV. Media Sains Indonesia.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi. <https://books.google.co.id/books?id=Z-fWDwAAQBAJ&lpg=PR1&hl=id&pg=PR1#v=onepage&q&f=false>
- Sukarnaya, I. K., Lulup Endah Tripalupi, & I Nyoman Sujana. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk pada Distro Legend Store di Kecamatan Nusa Penida. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1).
- Sutanto, A., & Diana Silaswara. (2022). *Pengaruh Minat Konsumen, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor pada Amboh Motor di Wilayah Tangerang*. 2(2).
- Suwinovia, Y., & Trisnia Widuri. (2022). Pengaruh Free Gift dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di Ms. Glow Kediri By Yowanita. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis (JUPSIM)*, 1(3), 169–183.
- SYL. (2023, January 2). *Permohonan KI Indonesia Masuk 10 Besar Tertinggi Negara Berkembang*. <https://dgip.go.id/artikel/detail-artikel/permohonan-ki-indonesia-masuk-10-besar-tertinggi-negara-berkembang?kategori=pengumuman>
- Tholok, F. W., Sugandha, Suhendar Janamarta, & Rinintha Parameswari. (2023). *Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pengiriman*

- Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Fakultas Bisnis). 21(2).*
- Tholok, F. W., Suhendar Janamarta, & FX. Pudjo Wibowo. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Era Covid 19 (Studi Kasus di PT. Erje London Chemical). 3(2).*
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. CV. Andi Offset.
- Trivaika, E., & Mamok Andri Senubekti. (2022). Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android. *Jurnal Nuansa Informatika*, 16(1).
- Utomo, K. P., Faroman Syarief, Muhammas Aziz Winardi, Rachmat Fadly, William Widjaja, Retno Setyorini, Tiris Sudrartono, Muhammad Hasan, Rizka Zulfikar, Diana Triwardhani, Eko Yuliawan, Fahmi Kamal, & Riris Lestiowati. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen dan Kewirausahaan* (Rismawati, Ed.). Widina Bhakti Persada Bandung. https://www.google.co.id/books/edition/DASAR_MANAJEMEN_DAN_KEWIRAUSAHAAN/GgpGEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian%20manajemen%20menurut%20para%20ahli&pg=PR2&printsec=frontcover
- Walangitan, B. Y., Lucky O.H. Dotulong, & Jane G. Poluan. (2022). *Pengaruh Diskon Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Konsumen untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi pada Konsumen Maxim di Kota Manado). 10(4).*
- Wandary, U. A., & Rusno Candra Wahyu Hidayat. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Fladeo (Studi pada Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang). *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*, 1(1). <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JRMM/article/view/3979>
- Widiyanti, I., & Eso Hernawan. (2023). *Pengaruh Diskon, Promosi, dan Penilaian terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen di Shopee. 2(1).*
- Widiyanto, G., & Sugandha. (2019). *Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji. 17(1).*
- Wilyanto, & Toni Yoyo. (2023). *Pengaruh Minat, Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Beras Organik Md Pada PT. Wahana Mutiara Agromedica. 2(2).*
- Wowor, C. A. S., Bode Lumanauw, & Imelda W.J. Ogi. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.35233>

Yana, D. (2018). *Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian PT. Cahaya Subur Prima*. 16(2).

Yogatama, B. K. (2023, May 9). *Tingkat Konsumsi Masyarakat Menguat*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/05/09/konsumsi-masyarakat-masih-kuat>

Yuliani, W., & Ecep Supriatna. (2023). *Metode Penelitian Bagi Pemula* (P. Utomo, Ed.; 1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung. [https://www.google.co.id/books/edition/METODE_PENELITIAN_BAGI_PEMULA/P-HIEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian%20populasi%20dan%20sa](https://www.google.co.id/books/edition/METODE_PENELITIAN_BAGI_PEMULA/P-HIEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian%20populasi%20dan%20sampel%20menurut%20para%20ahli&pg=PR2&printsec=frontcover)



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Venny Cahya Lesmana

Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 29 Agustus 2002

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Katholik

Kewarganegaraan : Indonesia

Alamat : Perumahan Dasana Indah Blok RK 1 No. 2, Bojong
Nangka, Kelapa Dua, Tangerang

Nomor Telepon : 08994405537

Email : fennycahya12@gmail.com

IPK : 3.57

Riwayat Pendidikan

2020 – 2024 : Universitas Buddhi Dharma

2017 – 2020 : SMA Lentera Harapan Curug

2014 – 2017 : SMP Lentera Harapan Curug

2008 – 2014 : SD Dasana Indah



Tangerang, 10 Januari 2024

Venny Cahya Lesmana
NIM : 20200300002

**SOLVEX®****PT. UQBA LIFESTYLE INDONESIA**

Daan Mogot Eraprima Q21

Jl. Daan Mogot Km. 21 No. 1 RT.2/RW.1, Batuceper

Telp: (021)55789513, Email : pt.uqbalifestyleindonesia@gmail.com**Fumetax®**

SURAT KETERANGAN

Bersama dengan surat ini, menerangkan bahwa :

Nama : Venny Cahya Lesmana
NIM : 20200300002
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Jenjang Studi : S1
Universitas : Universitas Buddhi Dharma

Adalah benar telah melakukan penelitian di PT. Uqba Lifestyle Indonesia dalam rangka menyusun tugas akhir (skripsi) yang berjudul : **PENGARUH MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PEMBERIAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. UQBA LIFESTYLE INDONESIA (STUDI KASUS PADA MEREK SOLVEX DI TOKO PLAZA KENARI MAS).**

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.



Hormat kami,

Mufara Hikmah
HR/GENERAL MANAGER

KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,
di tempat

Dengan Hormat,

Nama : Venny Cahya Lesmana

NIM : 20200300002

Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga

Konsentrasi : Pemasaran

Fakultas : Bisnis (Universitas Buddhi Dharma)

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir atau skripsi di Universitas Buddhi Dharma Tangerang, yang berjudul “ **Pengaruh Merek, Kualitas Produk, dan Pemberian Diskon terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Uqba Lifestyle Indonesia (Studi Kasus pada Merek Solvex di Toko Plaza Kenari Mas)**”, saya mengharapkan ketersediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner dibawah ini. Setiap jawaban yang Saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berharga bagi penelitian saya dan akan sangat bermanfaat untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kesediaan Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini.

IDENTITAS RESPONDEN

- | | | |
|------------------|-------------------------|-----------------------|
| 1. Jenis Kelamin | :() Laki-laki | () Perempuan |
| 2. Usia | :() 19-25 tahun | () 26-30 tahun |
| | :() 31- 35 tahun | () 36-40 tahun |
| | () > 40 tahun | |

PETUNJUK PENGISIAN

1. Jawablah pertanyaan ini dengan JUJUR
2. Berikan tanda *check list*(√) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.
3. Cermati pernyataan sebelum menjawab
4. Ada lima alternatif jawaban, yaitu :
 - a. SS (Sangat Setuju) 5
 - b. S (Setuju) 4
 - c. KS (Kurang Setuju) 3
 - d. TS (Tidak Setuju) 2
 - e. STS (Sangat Tidak Setuju) 1

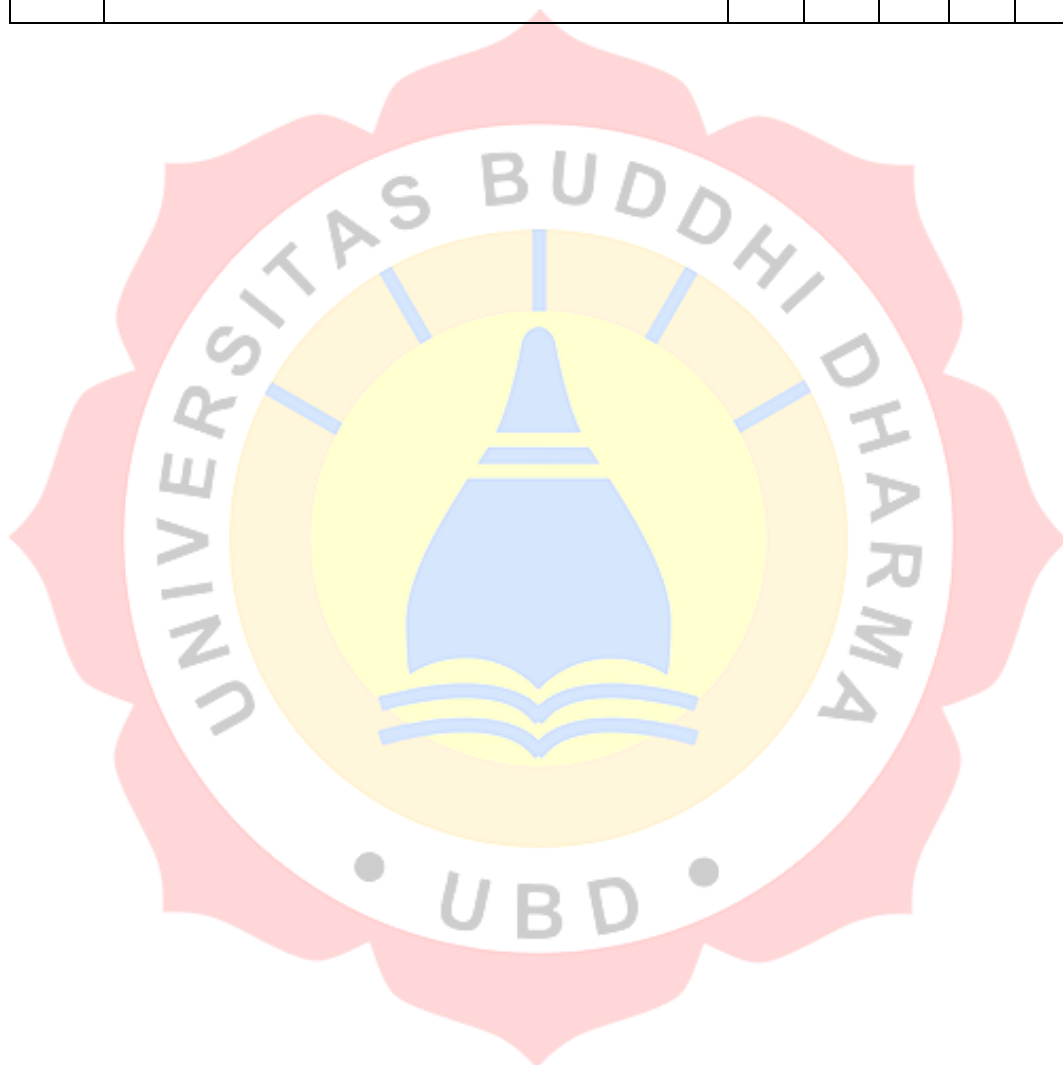
MEREK (X1)

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Nama merek dan perusahaan sudah memiliki <i>image</i> atau gambaran yang baik					
2	<i>Brand</i> ini mampu menciptakan inovasi-inovasi baru yang dinilai mampu memenuhi kebutuhan atau permintaan masyarakat					
3	Dalam benak saya, Solvex merupakan <i>brand</i> dengan harga yang murah dan terjangkau					
4	Dalam benak saya, Solvex merupakan <i>brand</i> dengan produk yang berkualitas					
5	Saya cenderung merasa bangga ketika menggunakan produk Solvex ini					
6	Pelayanan yang baik dan maksimal yang saya terima selama melakukan transaksi, mampu memberikan identitas atau tanda positif di benak saya akan produk ini					
7	<i>Brand</i> ini terkenal dengan program promosi atau potongan harganya yang unik dan semarak setiap bulannya					
8	Nama <i>brand</i> dari produk ini mampu mengingatkan saya akan <i>packaging</i> atau kemasannya yang unik dengan perpaduan warna yang <i>eye catching</i>					
9	<i>Brand</i> ini memiliki logo yang unik dan mudah diingat					
10	<i>Brand</i> ini terkenal karena kejujuran dan keahliannya untuk selalu memberikan produk terbaik sesuai dengan keinginan dari pelanggan di setiap transaksinya					

KUALITAS PRODUK (X2)

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Produk yang ditawarkan mampu dibedakan dengan produk lainnya, baik dari segi bentuk produk maupun bahan material yang digunakan					
2	Produk yang ditawarkan mudah digunakan sesuai dengan keterangan penggunaan yang telah dijabarkan					
3	Produk yang ditawarkan memiliki harga yang kompetitif dibandingkan dengan produk lainnya					
4	Produk yang ditawarkan memiliki jaminan atau garansi jika terjadi kerusakan akan produk tersebut					
5	Produk yang ditawarkan dapat digunakan dengan baik sesuai dengan fungsinya					
6	Produk yang ditawarkan memiliki kondisi yang baik dan sesuai dengan spesifikasi yang telah tercantum di kemasan produk maupun informasi lain yang didapatkan dari tim penjualan					
7	Produk yang ditawarkan bersifat tahan lama dan tidak mudah rusak					
8	Produk yang ditawarkan memiliki fungsi dan kegunaan yang dinilai mampu menyelesaikan masalah saya dan sesuai dengan keinginan maupun kebutuhan saya					

9	Produk yang ditawarkan cenderung mudah diperbaiki jika mengalami kerusakan					
10	Produk yang ditawarkan memiliki <i>packaging</i> dan desain yang unik, menarik, dan mudah diingat					



PEMBERIAN DISKON (X3)

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Produk yang ditawarkan memberikan potongan harga atau diskon dengan nominal persentase yang besar					
2	Diskon yang dijalankan memiliki batas waktu yang cukup lama atau dengan periode waktu yang pas					
3	Perusahaan sering menawarkan program diskon dengan ketentuan yang beragam					
4	Program diskon diberlakukan merata untuk semua produk, tanpa terkecuali					
5	Selama program diskon dijalankan, produk yang ditawarkan selalu tersedia sesuai dengan kebutuhan saya					
6	Program diskon yang ditawarkan cenderung unik dan berbeda dari program diskon kompetitor lainnya					
7	Pemberian diskon dilakukan dengan kredibel tanpa mengurangi kualitas produk tersebut					
8	Program diskon yang diberlakukan mampu menarik perhatian saya					
9	Diskon diberikan merata bagi seluruh masyarakat, tanpa terkecuali					
10	Perusahaan akan cenderung memberikan potongan harga atau diskon kepada pembeli yang melakukan pembelian dalam jumlah lebih besar					

Lampiran 2

TABULASI DATA

Respon den	Merek (X1)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	42
2	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	39
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	4	36
5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	41
6	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	43
7	5	3	4	4	4	4	4	2	4	4	38
8	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	37
9	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	38
10	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	40
11	3	4	5	4	3	5	4	4	5	5	42
12	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	42
13	4	4	4	4	3	5	2	4	4	4	38
14	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
15	4	3	4	3	5	4	4	3	5	3	38
16	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	40
17	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4	40
18	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	39
19	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	43
20	3	3	4	4	4	5	3	4	4	3	37
21	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
22	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	40
23	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	42

24	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
25	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	39
26	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	39
27	2	4	3	4	4	4	4	5	5	4	39
28	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	39
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	41
31	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	42
32	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	42
33	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43
34	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	38
35	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
36	4	4	4	4	3	4	3	4	5	3	38
37	4	5	5	4	4	4	4	3	4	2	39
38	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	39
39	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	38
40	5	4	4	5	3	5	3	2	5	4	40
41	4	3	2	5	2	5	4	3	4	2	34
42	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	39
43	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	40
44	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	43
45	5	4	4	4	4	4	2	4	4	2	37
46	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	38
47	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	42
48	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	40
49	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42

50	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	44
51	4	4	5	4	5	4	3	4	4	3	40
52	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	40
53	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
54	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	42
55	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	43
56	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	45
57	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	38
58	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	43
59	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	40
60	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
61	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	42
62	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	43
63	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	40
64	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
65	4	4	4	5	4	4	1	4	4	5	39
66	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
67	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
68	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
69	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	43
70	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	41
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
72	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	44
73	4	2	3	4	4	4	3	5	4	5	38
74	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
75	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	43

76	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	45
77	5	4	4	4	3	4	5	3	4	4	40
78	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
79	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	40
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
81	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	41
82	5	4	4	4	4	4	2	4	4	5	40
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
85	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
86	4	3	4	5	4	5	3	4	4	5	41
87	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	44
88	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	41
89	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	44
90	5	5	4	4	4	4	3	5	3	4	41
91	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	38
92	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	43
93	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	40
94	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	40
95	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
96	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	40
97	5	5	4	4	4	5	4	3	5	4	43
98	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	32
99	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	42
100	2	2	3	2	3	3	3	3	1	3	25

Respon den	Kualitas Produk (X2)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	41
2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
3	3	4	4	5	4	4	1	4	4	5	38
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
6	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
7	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
8	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	37
9	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	40
10	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	39
11	3	4	5	5	3	3	3	4	4	4	38
12	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	40
13	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
14	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
15	3	4	4	4	3	4	4	4	5	3	38
16	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	42
17	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	39
18	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	39
19	4	4	5	3	4	4	3	4	4	5	40
20	4	4	4	4	2	4	3	4	5	5	39

21	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	42
22	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
23	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	41
24	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
25	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	39
26	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	40
27	2	4	4	2	4	4	4	4	5	4	37
28	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	37
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	43
31	3	4	4	4	3	5	5	4	4	3	39
32	4	1	4	3	4	4	4	4	3	5	36
33	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
34	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
35	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
36	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	39
37	5	5	2	4	4	4	4	3	4	4	39
38	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	39
39	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	38
40	2	3	5	4	4	3	4	3	2	4	34
41	4	3	3	4	3	5	3	2	3	4	34
42	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	39

43	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	41
44	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	43
45	4	4	2	5	4	4	4	4	2	4	37
46	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	38
47	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	42
48	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	40
49	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	41
50	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
51	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	40
52	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
53	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
54	4	5	4	4	3	4	4	5	3	5	41
55	4	4	4	5	5	5	3	5	5	4	44
56	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	41
57	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	39
58	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	42
59	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	41
60	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	43
61	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
62	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	43
63	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	40
64	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41

65	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	43
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
67	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	41
68	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
69	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	44
70	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
71	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	43
72	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43
73	4	4	3	5	4	4	2	5	4	4	39
74	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
75	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	45
76	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	43
77	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	45
78	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	43
79	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	42
80	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
81	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
82	4	5	2	4	4	5	4	4	3	4	39
83	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
84	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	43
85	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	42
86	4	4	5	4	5	5	3	4	3	4	41

87	4	3	4	5	4	4	3	4	5	5	41
88	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	39
89	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	43
90	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	43
91	4	3	5	3	4	4	3	4	4	4	38
92	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
93	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
94	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	41
95	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	43
96	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	40
97	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	41
98	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	43
99	4	4	5	4	4	4	3	4	2	4	38
100	2	1	1	3	3	3	2	3	2	3	23

Respon den	Pemberian Diskon (X3)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	4	4	3	3	4	5	4	4	5	41
2	3	4	2	4	3	4	5	4	5	5	39
3	3	4	3	4	2	4	5	4	4	5	38
4	2	4	2	4	3	4	5	4	4	5	37
5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	40
6	3	4	4	3	4	4	5	5	4	5	41
7	4	4	4	4	2	4	5	4	4	5	40
8	4	4	4	3	2	4	4	4	4	5	38
9	3	4	3	4	2	4	5	4	4	5	38
10	3	4	3	4	3	4	5	4	4	5	39
11	3	4	3	4	2	4	4	5	4	5	38
12	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	41
13	3	4	2	4	4	4	4	5	4	4	38
14	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
15	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	41
16	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
17	3	4	4	4	3	4	5	5	4	5	41
18	4	3	2	4	4	4	5	3	4	4	37
19	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	41
20	3	4	2	3	3	5	5	4	4	5	38

21	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	41
22	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
23	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	42
24	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	43
25	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	41
26	4	2	3	4	4	5	5	4	4	4	39
27	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	43
28	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	42
31	4	4	3	4	4	5	5	3	5	5	42
32	4	3	4	5	5	1	4	3	3	5	37
33	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
34	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	37
35	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
36	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	38
37	3	4	4	4	2	5	5	4	4	4	39
38	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	39
39	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37
40	2	3	4	3	2	4	3	4	4	3	32
41	4	4	3	5	2	3	3	2	3	4	33
42	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	39

43	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	40
44	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	43
45	4	4	2	2	4	4	5	4	4	4	37
46	4	3	4	4	3	4	4	3	5	4	38
47	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	42
48	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	40
49	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
50	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	44
51	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	40
52	4	3	4	4	4	4	5	4	3	5	40
53	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	40
54	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	43
55	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	43
56	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
57	3	4	5	3	5	4	4	4	5	4	41
58	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	41
59	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	42
60	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	43
61	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
62	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	41
63	4	5	4	4	3	4	4	5	3	4	40
64	4	4	3	2	4	4	4	5	4	4	38

65	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	39
66	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	43
67	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	40
68	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
69	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	42
70	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	41
71	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	42
72	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42
73	5	2	4	3	3	4	5	4	4	5	39
74	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43
75	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
76	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	42
77	3	4	5	3	4	4	5	4	4	4	40
78	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	40
79	3	4	3	4	5	4	4	4	4	5	40
80	4	4	4	5	4	4	5	5	3	5	43
81	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	40
82	2	4	3	4	4	4	5	4	4	5	39
83	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	47
84	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	43
85	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	44
86	3	5	4	5	4	5	4	4	2	4	40

87	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	44
88	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	39
89	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42
90	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	41
91	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	38
92	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	42
93	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	41
94	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	39
95	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
96	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	39
97	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	41
98	3	2	1	2	5	4	4	3	4	4	32
99	2	4	4	4	4	4	5	4	3	4	38
100	1	2	2	3	1	1	2	2	1	3	18

Respon den	Keputusan Pembelian (Y)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	41
2	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	41
3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	41
4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	3	38
5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	41
6	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	42
7	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	36
8	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	37
9	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
10	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	39
11	4	4	2	3	4	4	3	5	5	4	38
12	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	39
13	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	39
14	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	39
15	3	4	4	3	5	5	4	3	3	3	37
16	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	42
17	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	41
18	4	3	4	4	5	5	3	4	4	4	40
19	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	40
20	4	4	4	4	5	5	2	4	4	5	41

21	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4	38
22	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
23	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	43
24	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	43
25	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	40
26	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	37
27	3	2	4	4	4	4	2	4	4	3	34
28	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	43
31	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	43
32	4	1	4	4	5	4	2	5	4	4	37
33	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
34	4	3	3	4	4	4	1	4	4	4	35
35	4	5	4	4	4	4	3	4	5	3	40
36	5	3	4	4	4	4	3	4	4	3	38
37	4	4	3	4	4	5	2	4	5	4	39
38	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	39
39	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37
40	3	1	4	2	5	4	5	4	3	3	34
41	4	2	3	4	4	4	3	5	3	5	37
42	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	39

43	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
44	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	43
45	4	4	5	2	4	4	2	4	4	4	37
46	4	4	3	3	4	3	5	4	4	4	38
47	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	42
48	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	40
49	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
50	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	44
51	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	40
52	4	4	3	4	4	5	2	4	4	5	39
53	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
54	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	44
55	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	44
56	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	44
57	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	41
58	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	42
59	4	4	4	4	3	4	3	5	5	4	40
60	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	43
61	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	45
62	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	41
63	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	40
64	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	40

65	4	4	4	4	5	4	2	4	4	5	40
66	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
67	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	43
68	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
69	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
70	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	44
71	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
72	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	44
73	4	5	3	5	4	5	2	4	4	4	40
74	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
75	4	4	5	5	3	4	5	5	4	5	44
76	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	44
77	4	4	3	4	4	4	4	5	5	3	40
78	4	4	4	5	4	5	4	5	5	3	43
79	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	40
80	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	43
81	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	40
82	4	4	4	3	4	5	2	4	4	4	38
83	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
84	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
85	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	44
86	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	42

87	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	43
88	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	41
89	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
90	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
91	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	39
92	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
93	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
94	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
95	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
96	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
97	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	42
98	2	2	4	3	4	5	1	3	3	4	31
99	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	40
100	3	2	3	3	2	1	1	3	3	3	24

Lampiran 3

DATA WAWANCARA UNTUK MASYARAKAT DAN PELANGGAN

Fokus Pertanyaan	Pertanyaan
Merek	1. Apakah anda pernah mendengar merek Solvex sebelumnya?
	2. Jika ya, apa yang teringat di benak anda mengenai merek atau <i>brand</i> tersebut?
Kualitas Produk	3. Bagaimana kualitas produk yang ditawarkan pada merek tersebut?
Pemberian Diskon	4. Apakah perusahaan telah menjalankan program pemberian diskon terkait produk tersebut?
	5. Jika ya, bagaimana pendapatmu mengenai program diskon yang telah dijalankan?
Keputusan Pembelian	6. Apa yang membuatmu yakin untuk memutuskan membeli produk Solvex?

DATA WAWANCARA UNTUK STAFF PERUSAHAAN

Fokus Pertanyaan	Pertanyaan
Keputusan Pembelian	1. Bagaimana gambaran mengenai penjualan produk di perusahaan ini?

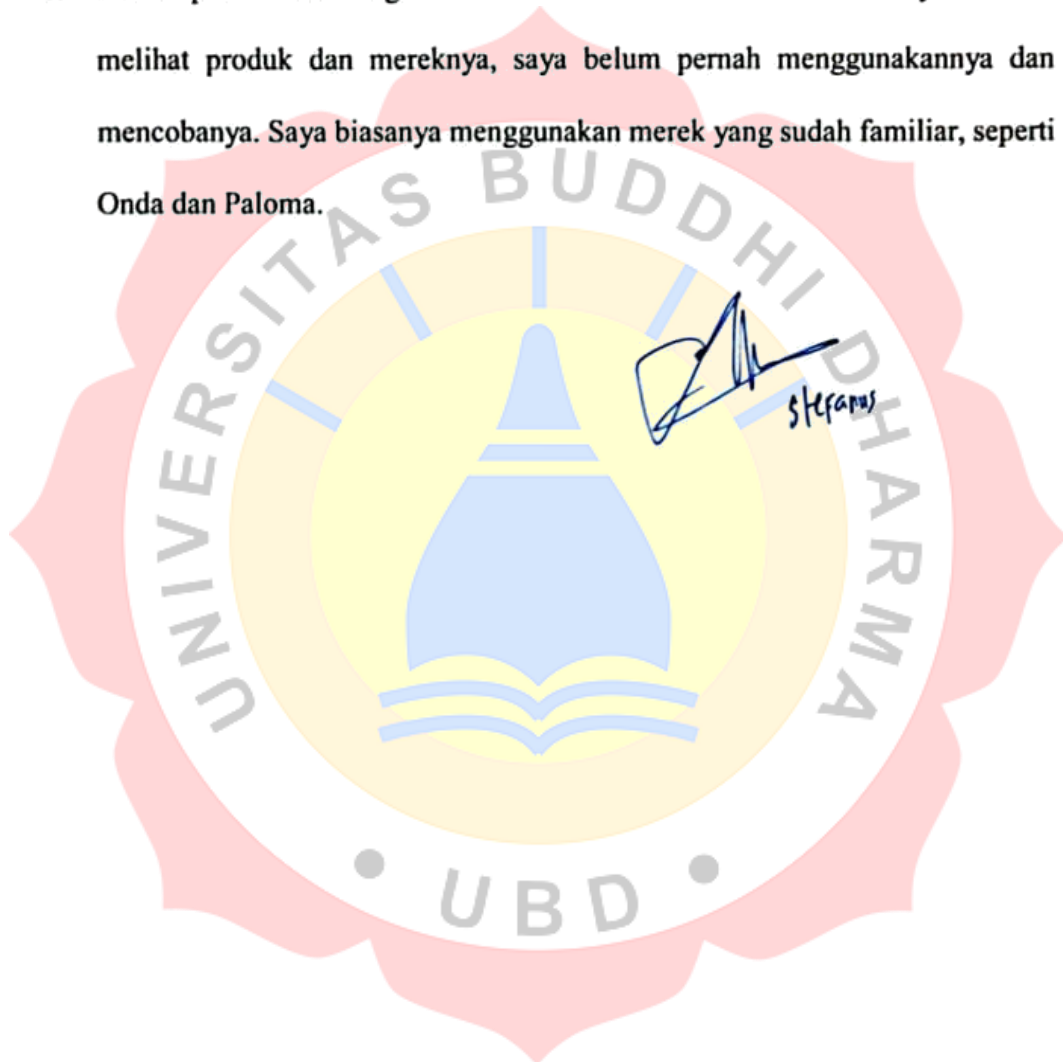


JAWABAN WAWANCARA 1

Nama responden : Stefanus Januar

Posisi : masyarakat

1. Belum pernah mendengar merek Solvex dan Fumetax sebelumnya. Jikalau melihat produk dan mereknya, saya belum pernah menggunakannya dan mencobanya. Saya biasanya menggunakan merek yang sudah familiar, seperti Onda dan Paloma.



JAWABAN WAWANCARA 2

Nama responden : Rikha Christian

Posisi : masyarakat

1. Pernah
2. Logonya sih yang unik, cuma mungkin kemasannya harus diperbaiki lagi ya, karena kemasannya cenderung rentan dan bisa membuat produk jadi cepat rusak. Harus lebih bervariasi juga sih design kemasannya, karena monoton banget dan cenderung tidak menarik
3. Bagus, tidak kalah dengan merek-merek kompetitor lainnya
4. Sudah
5. Kurang lama durasi diskonnya, produk diskonnya juga Cuma itu-itu saja produknya. Merek-merek lain cenderung menawarkan diskon yang beragam, jadi saya cenderung beli kesana.
6. Kualitas produknya bagus banget.



Handwritten signature of Rikha Christian, with the name 'Rikha' written in small letters below the signature.

JAWABAN WAWANCARA 3

Nama responden : Daniel Armadi

Posisi : masyarakat

1. Pernah
2. Produknya kurang bervariasi, di dunia sanitasi banyak bermunculan model terbaru, namun di perusahaan ini belum menyediakan. Jadi saya harus mencari perusahaan lain yang bisa memenuhi kebutuhan saya. Untuk harga kompetitif dan bersaing
3. Bagus kualitas produknya, tahan lama. Ada garansi juga lima tahun, saya pernah *claim* tukar produk yang rusak, benar ditukarkan dan diganti dengan yang baru
4. Ya
5. Diskonnya hanya untuk produk-produk tertentu, kurang bervariasi, jadi saya tidak bisa membeli lebih dari banyak dan tidak sesuai dari yang saya pikirkan. Produk yang dikasih diskon cenderung produk yang jarang laku dan susah untuk dijual.
6. Kualitas produk, karena pembeli saya banyak yang ingin *repeat order* produk ini karena produknya cenderung tahan lama dan harganya pun dapat bersaing di pasaran.



DANIEL

JAWABAN WAWANCARA 4

Nama responden : Muhammad Abadhi Fathoni

Posisi : *Sales staff*

1. Cenderung *stuck*, tidak ada perubahan yang signifikan, hal ini ditandai dengan jumlah pelanggan yang cenderung masih sama dan tidak mengalami penambahan pelanggan baru, bahkan bukannya menambah pelanggan baru, justru pelanggan lama ada yang tidak lagi melakukan pembelian karena ada kebutuhan mereka yang tidak bisa kita penuhi terkait produk.



JAWABAN WAWANCARA 5

Nama responden : Putra Sinaga

Posisi : *Sales staff* (manager)

1. Tidak ada peningkatan yang signifikan dari volume penjualan para *sales staff*.

Saya menilai penjualan para *sales* belum maksimal dan bahkan terkadang menurun karena banyak faktor, mulai dari stok yang *limited*, produk yang kurang bervariasi, dan lain sebagainya.



GAMBAR PRODUK



Logo Solvex



Kemasan menggunakan PE Foam



Desain kemasan yang polos



Contoh Pemberlakuan Pemberian Diskon

TABEL DESKRIPSI RESPONDEN

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	59	59.0	59.0	59.0
	Perempuan	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19 - 25 TAHUN	9	9.0	9.0	9.0
	26 - 30 TAHUN	30	30.0	30.0	39.0
	31 - 35 TAHUN	26	26.0	26.0	65.0
	36 - 40 TAHUN	20	20.0	20.0	85.0
	> 40 TAHUN	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

PENDIDIKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	53	53.0	53.0	53.0
	DIPLOMA	6	6.0	6.0	59.0
	S1	40	40.0	40.0	99.0
	S2	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

MEREK (X1)

Tanggapan Responden Mengenai Gambaran atau Image Perusahaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	8	8.0	8.0	10.0
	4	67	67.0	67.0	77.0
	5	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Inovasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	22	22.0	22.0	24.0
	4	61	61.0	61.0	85.0
	5	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	11	11.0	11.0	12.0
	4	70	70.0	70.0	82.0
	5	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggan Responden Mengenai Kesesuaian Kualitas Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	4	4.0	4.0	5.0
	4	77	77.0	77.0	82.0
	5	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggan Responden Mengenai Kesesuaian Kebanggaan Menggunakan Merek

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	18	18.0	18.0	19.0
	4	70	70.0	70.0	89.0
	5	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggan Responden Mengenai Pelayanan yang Maksimal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	3.0	3.0	3.0
	4	67	67.0	67.0	70.0
	5	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggan Responden Mengenai Pemberlakuan Komunikasi
Pemasaran

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	5	5.0	5.0	6.0
	3	25	25.0	25.0	31.0
	4	58	58.0	58.0	89.0
	5	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggan Responden Mengenai Kemasan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	11	11.0	11.0	13.0
	4	66	66.0	66.0	79.0
	5	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggan Responden Mengenai Logo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	3	6	6.0	6.0	7.0
	4	64	64.0	64.0	71.0
	5	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Kehandalan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	10	10.0	10.0	13.0
	4	62	62.0	62.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KUALITAS PRODUK (X2)

Tanggapan Responden Mengenai Struktur Fisik Produk dapat Dibedakan dengan Produk Lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	8	8.0	8.0	11.0
	4	83	83.0	83.0	94.0
	5	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Mudah Digunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	3	13	13.0	13.0	15.0
	4	73	73.0	73.0	88.0
	5	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Harga yang Kompetitif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	3	3.0	3.0	4.0
	3	11	11.0	11.0	15.0
	4	65	65.0	65.0	80.0
	5	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Jaminan atau Garansi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	8	8.0	8.0	9.0
	4	53	53.0	53.0	62.0
	5	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Fungsi Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	10	10.0	10.0	11.0
	4	74	74.0	74.0	85.0
	5	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Spesifikasi yang
Ditetapkan dengan yang Diterima

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	8	8.0	8.0	9.0
	4	73	73.0	73.0	82.0
	5	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Jangka Waktu Produk dapat
Digunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	2	2.0	2.0	3.0
	3	27	27.0	27.0	30.0
	4	53	53.0	53.0	83.0
	5	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Produk
Menyelesaikan Masalah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	4	4.0	4.0	5.0
	4	83	83.0	83.0	88.0
	5	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Mudah Diperbaiki

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	11	11.0	11.0	15.0
	4	71	71.0	71.0	86.0
	5	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Penampilan Fisik yang Menarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	11	11.0	11.0	12.0
	4	47	47.0	47.0	59.0
	5	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

PEMBERIAN DISKON (X3)

Tanggapan Responden Mengenai Nominal Keuntungan atau Penghematan Nilai

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	4	4.0	4.0	5.0
	3	23	23.0	23.0	28.0
	4	64	64.0	64.0	92.0
	5	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Periode Diskon

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	12	12.0	12.0	16.0
	4	73	73.0	73.0	89.0
	5	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Pengadaan Diskon

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	8	8.0	8.0	9.0
	3	20	20.0	20.0	29.0
	4	56	56.0	56.0	85.0
	5	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	25	25.0	25.0	28.0
	4	54	54.0	54.0	82.0
	5	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	8	8.0	8.0	9.0
	3	16	16.0	16.0	25.0
	4	58	58.0	58.0	83.0
	5	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Pemberian Potongan Harga yang Berbeda dari Kompetitor Lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	3	6	6.0	6.0	8.0
	4	74	74.0	74.0	82.0
	5	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Pemberian Potongan Harga tanpa Mengurangi Kualitas Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	2	2.0	2.0	3.0
	4	48	48.0	48.0	51.0
	5	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Pemberian Daya Tarik kepada Masyarakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	7	7.0	7.0	9.0
	4	73	73.0	73.0	82.0
	5	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Pemerataan Diskon bagi Seluruh Pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.0
	3	14	14.0	14.0	16.0
	4	69	69.0	69.0	85.0
	5	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Pemberian Diskon dengan Pembelian dalam Jumlah Besar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	3.0	3.0	3.0
	4	54	54.0	54.0	57.0
	5	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Tanggapan Responden Mengenai Kualitas dan Mutu Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	4	4.0	4.0	5.0
	4	80	80.0	80.0	85.0
	5	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Merek Terpercaya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	4	4.0	4.0	6.0
	3	6	6.0	6.0	12.0
	4	71	71.0	71.0	83.0
	5	17	17.0	17.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Cara Pembelian Produk yang Mudah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	23	23.0	23.0	26.0
	4	63	63.0	63.0	89.0
	5	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Keragaman Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	10	10.0	10.0	12.0
	4	69	69.0	69.0	81.0
	5	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Lokasi yang Strategis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	7	7.0	7.0	8.0
	4	71	71.0	71.0	79.0
	5	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan yang Ramah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	3	1	1.0	1.0	2.0
	4	65	65.0	65.0	67.0
	5	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Harga dan Potongan Harga
yang Kompetitif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	10	10.0	10.0	13.0
	3	23	23.0	23.0	36.0
	4	55	55.0	55.0	91.0
	5	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Berdasarkan Kejadian Masa
Lalu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	6.0	6.0	6.0
	4	71	71.0	71.0	77.0
	5	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Informasi dari Orang Lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	8.0	8.0	8.0
	4	64	64.0	64.0	72.0
	5	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Pembayaran

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	17	17.0	17.0	19.0
	4	55	55.0	55.0	74.0
	5	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

TABEL VALIDITAS DAN REABILITAS**MEREK (X1)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.605	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Gambaran atau Image Perusahaan	36.32	7.088	.292	.576
Inovasi	36.54	6.574	.414	.543
Kesesuaian Harga	36.38	7.127	.316	.571
Kesesuaian Kualitas Produk	36.31	7.428	.277	.581
Kesesuaian Kebanggaan	36.52	7.282	.267	.582
Menggunakan Merek				
Pelayanan yang Maksimal	36.16	7.530	.229	.590
Pemberlakuan Komunikasi Pemasaran	36.70	6.758	.274	.582
Kemasan	36.37	7.286	.218	.594
Logo	36.23	7.169	.252	.586
Kehandalan	36.34	7.035	.256	.585

TABEL VALIDITAS DAN REABILITAS

KUALITAS PRODUK (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.608	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Struktur Fisik Produk dapat Dibedakan dengan Produk Lain	36.44	7.158	.451	.551
Mudah Digunakan	36.43	6.934	.369	.561
Harga yang Kompetitif	36.36	7.101	.262	.589
Jaminan atau Garansi	36.08	7.468	.208	.600
Kinerja Fungsi Produk	36.33	7.597	.251	.589
Kesesuaian Spesifikasi yang Ditetapkan dengan yang Diterima	36.28	7.598	.247	.590
Jangka Waktu Produk dapat Digunakan	36.53	6.979	.265	.590
Kemampuan Produk Menyelesaikan Masalah	36.30	7.606	.339	.576
Mudah Diperbaiki	36.41	7.234	.287	.581
Penampilan Fisik yang Menarik	36.08	7.327	.218	.600

TABEL VALIDITAS DAN REABILITAS

PEMBERIAN DISKON (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.647	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Deleted	Scale Variance if Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Deleted
Nominal Keuntungan atau Penghematan Nilai Periode Diskon	36.30	9.222	.343	.616
Frekuensi Pengadaan Diskon	36.13	9.791	.261	.633
Pemilihan Produk	36.28	8.830	.330	.620
Ketersediaan Produk	36.17	9.678	.213	.645
Pemberian Potongan Harga yang Berbeda dari Kompetitor Lain	36.22	8.719	.352	.614
Pemberian Potongan Harga tanpa Mengurangi Kualitas Produk	35.98	9.232	.390	.607
Pemberian Daya Tarik kepada Masyarakat	35.59	9.557	.350	.616
Pemerataan Diskon bagi Seluruh Pelanggan	35.97	9.484	.390	.610
Pemberian Diskon dengan Pembelian dalam Jumlah Besar	36.08	9.549	.303	.624
	35.64	10.132	.216	.640

TABEL VALIDITAS DAN REABILITAS

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

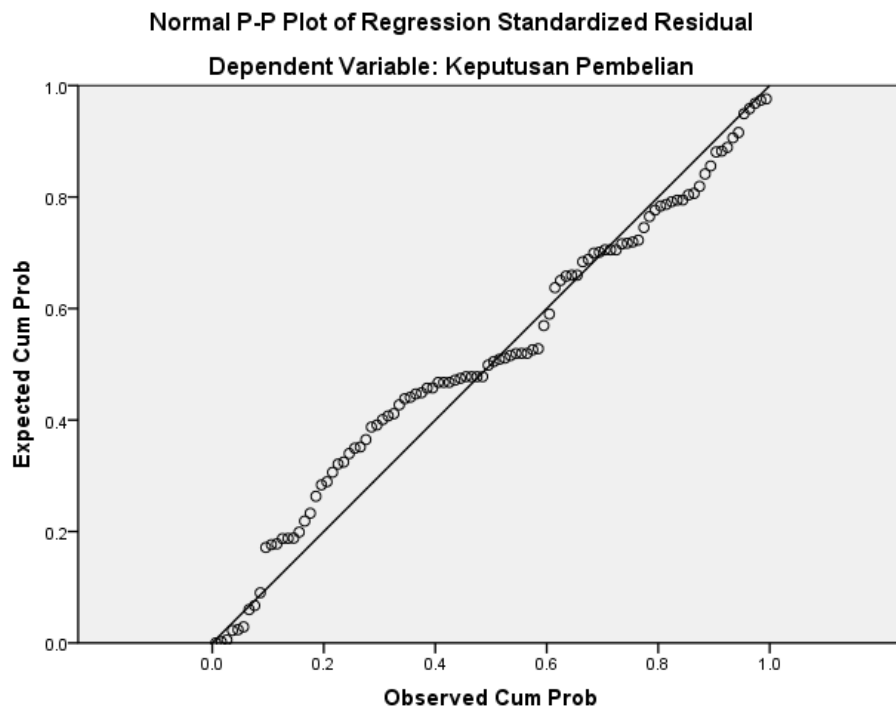
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.641	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas dan Mutu Produk	36.24	8.366	.464	.594
Merek Terpercaya	36.36	7.546	.417	.589
Cara Pembelian Produk yang Mudah	36.51	8.636	.205	.638
Keragaman Produk	36.28	8.103	.400	.597
Lokasi yang Strategis	36.21	8.875	.204	.635
Pelayanan yang Ramah	36.04	8.786	.207	.635
Harga dan Potongan Harga yang Kompetitif	36.76	7.437	.327	.617
Berdasarkan Kejadian Masa Lalu	36.16	8.762	.274	.623
Informasi dari Orang Lain	36.13	8.215	.405	.598
Kemudahan Pembayaran	36.28	8.325	.247	.630

UJI NORMALITAS



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.52165834
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.062
	Negative	-.106
Kolmogorov-Smirnov Z		1.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.214

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

UJI MULTIKOLINEARITAS

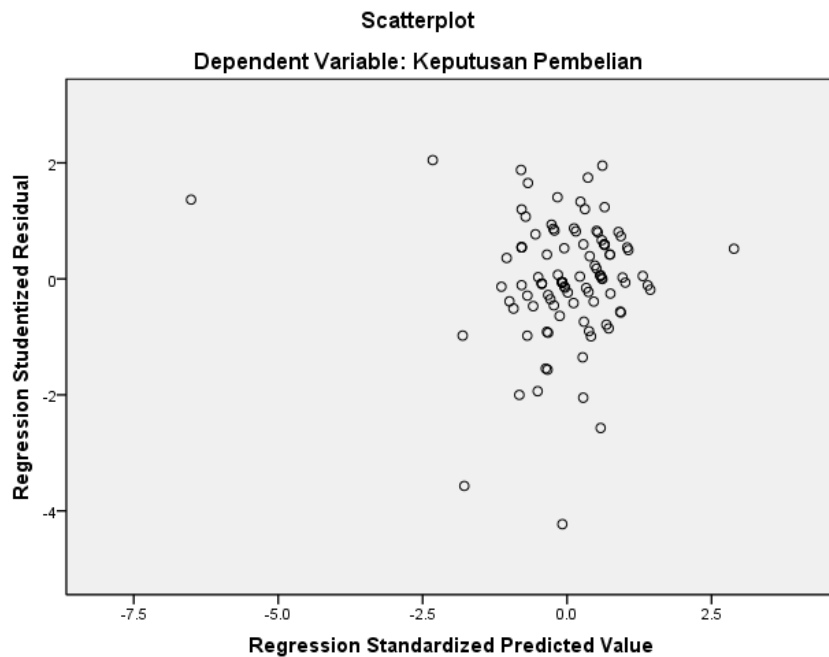
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.457	2.671		2.043	.044		
Merek	.863	.066	.798	13.088	.000	1.000	1.000
2 (Constant)	.587	2.507		.234	.815		
Merek	.528	.084	.488	6.284	.000	.474	2.109
Kualitas Produk	.456	.083	.427	5.490	.000	.474	2.109
3 (Constant)	1.688	2.333		.724	.471		
CMerek	.301	.095	.278	3.178	.002	.319	3.137
Kualitas Produk	.276	.088	.258	3.138	.002	.361	2.770
Pemberian Diskon	.383	.092	.408	4.183	.000	.257	3.885

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



UJI HETEROSKEDASTISITAS



Correlations

			Merek	Kualitas Produk	Pemberian Diskon	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Merek	Correlation Coefficient	1.000	.620**	.677**	-.024
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.811
		N	100	100	100	100
	Kualitas Produk	Correlation Coefficient	.620**	1.000	.643**	.057
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.570
		N	100	100	100	100
	Pemberian Diskon	Correlation Coefficient	.677**	.643**	1.000	.101
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.317
		N	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.024	.057	.101	1.000
		Sig. (2-tailed)	.811	.570	.317	.
		N	100	100	100	100

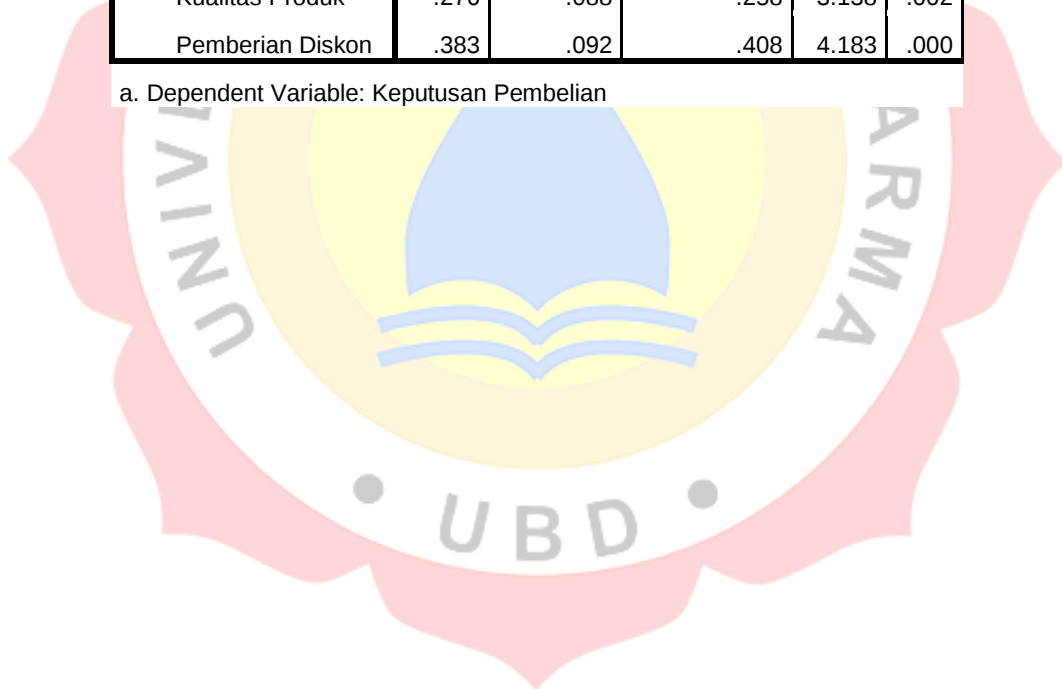
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

TABEL REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.457	2.671		2.043	.044
Merek	.863	.066	.798	13.088	.000
2 (Constant)	.587	2.507		.234	.815
Merek	.528	.084	.488	6.284	.000
Kualitas Produk	.456	.083	.427	5.490	.000
3 (Constant)	1.688	2.333		.724	.471
Merek	.301	.095	.278	3.178	.002
Kualitas Produk	.276	.088	.258	3.138	.002
Pemberian Diskon	.383	.092	.408	4.183	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



TABEL KOEFISIEN KORELASI BERGANDA**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
Merek	100	40.43	2.903
Kualitas Produk	100	40.36	2.939
Pemberian Diskon	100	40.04	3.345
Keputusan Pembelian	100	40.33	3.140
Valid N (listwise)	100		

Correlations

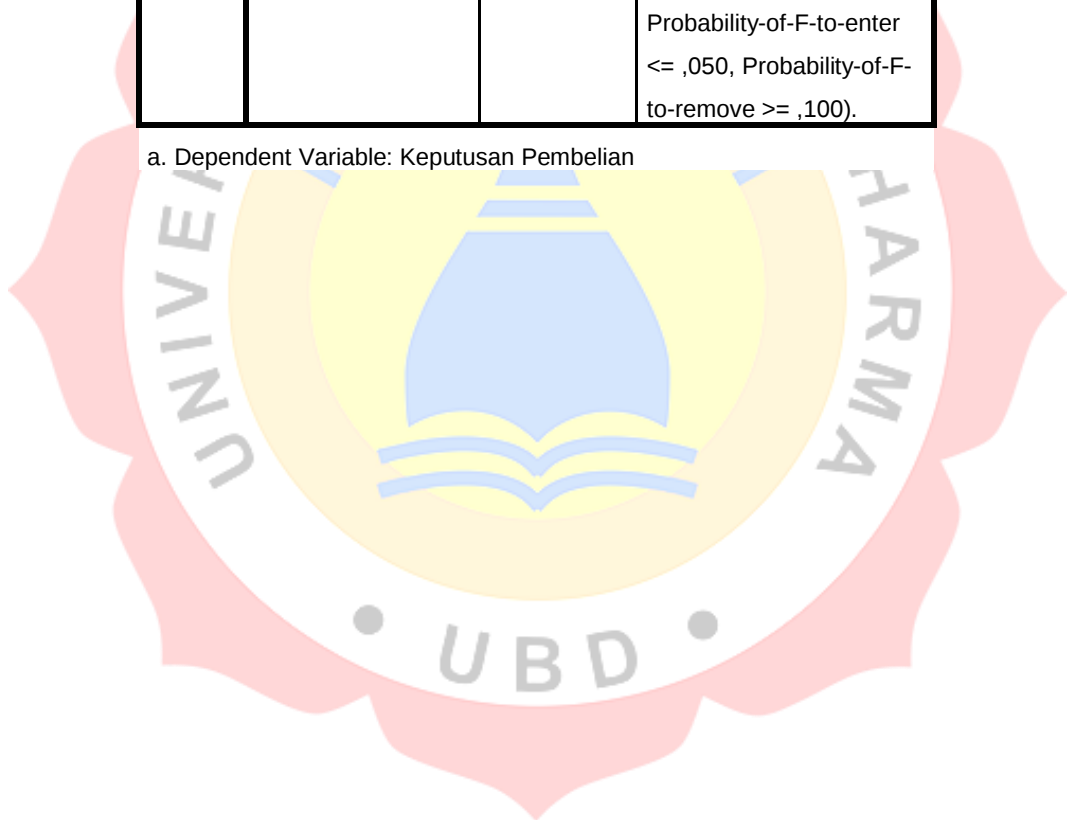
		Merek	Kualitas Produk	Pemberian Diskon	Keputusan Pembelian
Merek	Pearson Correlation	1	.725**	.814**	.798**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.725**	1	.786**	.781**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Pemberian Diskon	Pearson Correlation	.814**	.786**	1	.837**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.798**	.781**	.837**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Merek		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= ,050, Probability-of-F-to-remove >= ,100).
2	Kualitas Produk		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= ,050, Probability-of-F-to-remove >= ,100).
3	Pemberian Diskon		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= ,050, Probability-of-F-to-remove >= ,100).

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



TABEL KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^d

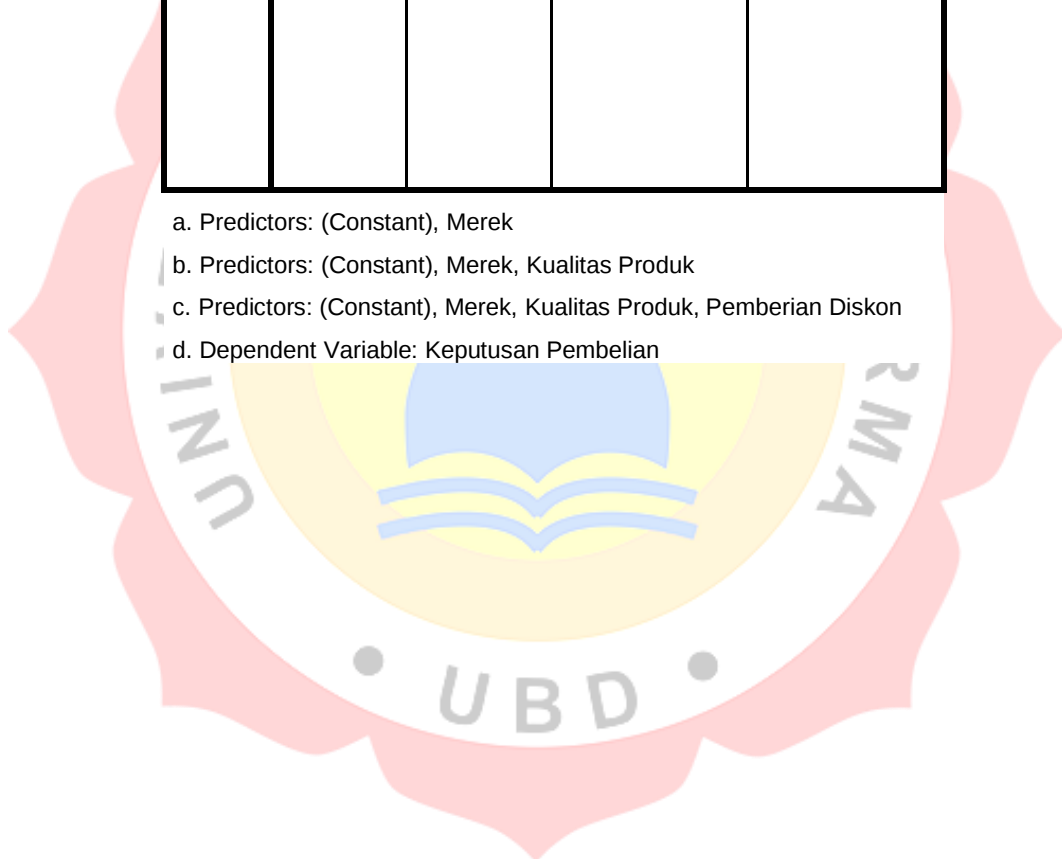
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.636	.632	1.904
2	.850 ^b	.722	.717	1.672
3	.875 ^c	.765	.758	1.545

a. Predictors: (Constant), Merek

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

c. Predictors: (Constant), Merek, Kualitas Produk, Pemberian Diskon

d. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

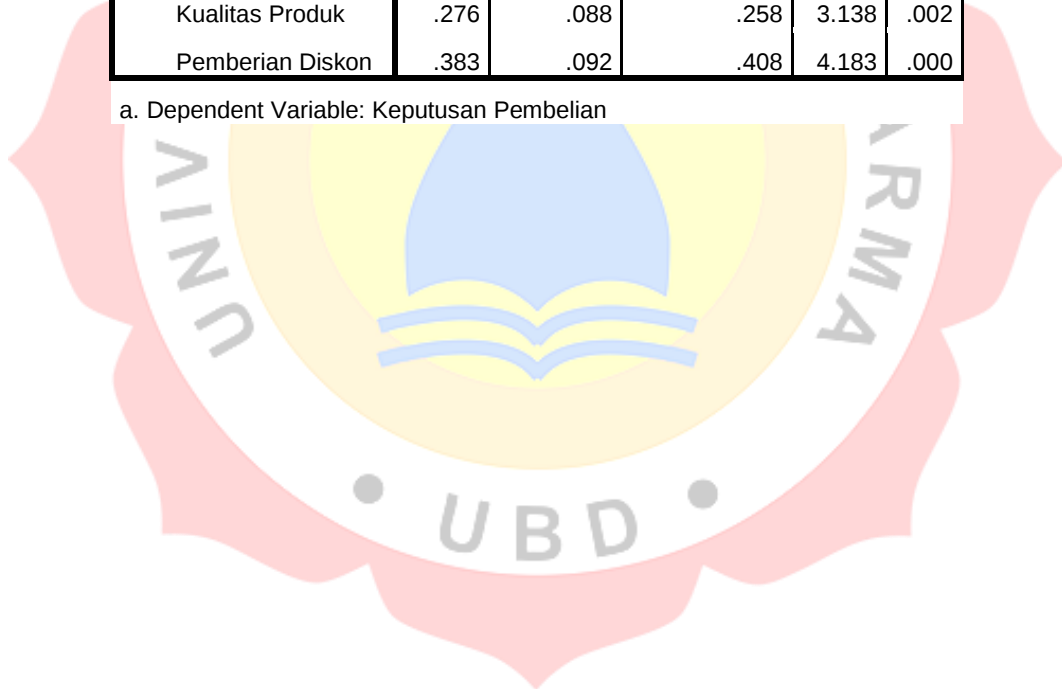


TABEL UJI T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.457	2.671		2.043	.044
Merek	.863	.066	.798	13.088	.000
2 (Constant)	.587	2.507		.234	.815
Merek	.528	.084	.488	6.284	.000
Kualitas Produk	.456	.083	.427	5.490	.000
3 (Constant)	1.688	2.333		.724	.471
Merek	.301	.095	.278	3.178	.002
Kualitas Produk	.276	.088	.258	3.138	.002
Pemberian Diskon	.383	.092	.408	4.183	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



TABEL UJI F

ANOVA^d

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	620.875	1	620.875	117.283	.000 ^a
	Residual	355.235	98	3.625		
	Total	976.110	99			
2	Regression	705.093	2	352.546	126.180	.000 ^b
	Residual	271.017	97	2.794		
	Total	976.110	99			
3	Regression	746.881	3	248.960	104.263	.000 ^c
	Residual	229.229	96	2.388		
	Total	976.110	99			

a. Predictors: (Constant), Merek

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

c. Predictors: (Constant), Merek, Kualitas Produk, Pemberian Diskon

d. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823

70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

TABEL T

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595

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

92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374



TABEL F

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
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
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

