

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan yang telah dilakukan dalam di bab 1 - 4 mengenai “**Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan Di Bandara *City Mall***” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian secara parsial dalam uji hipotesis uji T mengenai pengaruh *Brand Image* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan bahwa nilai $T_{hitung} 21,490 > T_{tabel} 1,972$ serta dengan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak atau Kesimpulan tersebut ialah *Brand Image* (X1) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Dari hasil pengujian secara parsial dalam uji hipotesis uji T mengenai pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan bahwa nilai $T_{hitung} 19,344 > T_{tabel} 1,972$ serta dengan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak atau Kesimpulan tersebut ialah Harga (X1) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).
3. Dari hasil pengujian secara parsial dalam uji hipotesis uji T mengenai pengaruh Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan bahwa nilai $T_{hitung} 23,050 > T_{tabel} 1,972$ serta dengan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa

H_a diterima dan H_0 ditolak atau Kesimpulan tersebut ialah Kualitas Produk (X3) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

4. Dari hasil pengujian secara simultan dalam uji hipotesis uji F mengenai pengaruh *Brand Image* (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3) menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} 252,614 > F_{tabel} 2,65$ serta dengan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa *Brand Image* (X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, Adapun saran yang bisa penulis berikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memotivasi Kopi Kenangan Bandara City Mall untuk terus mempertahankan dan memperkuat citra mereknya melalui strategi pemasaran yang kreatif. Selain itu, juga diharapkan menawarkan variasi harga yang sesuai dengan segmen pelanggan seperti paket hemat untuk pelajar, serta tetap menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Hal ini diharapkan dapat terus mempertahankan sekaligus menarik pelanggan baru untuk melakukan pembelian.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya penulis berharap adanya penambahan atau penggunaan variabel lain yang dapat memberikan wawasan lebih mengenai faktor-faktor yang memperngaruhi keputusan pembelian.



DAFTAR PUSTAKA

- Adil, A., Liana, Y., Mayasari, R., Lamonge, A. S., Ristiyana, R., Saputri, F. R., Jayatmi, I., Satria, E. B., Permana, A. A., & Rohman, M. M. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Get Press Indonesia.
- Agnestasya, L. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN PT ALIE MARMER GALERI. *Skripsi*, 2.
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Alfi Mesita, I., & Alfi Mesita STIE Mahardika Surabaya Agus Wahyudi, I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific (Studi Pada Brand Skincare Skintific). *Agustus*, 3, 141–151. <https://doi.org/10.61132/jeap.v1i3.246>
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 18.
- Anggrayni, F. (2022). PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI DALAM PENGARUH TAX AGGRESSIVENESS TERHADAP COST OF DEBT. *Repository.upi.edu*, 40.
- Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *Parameter*, 6(1), 38–49. <https://doi.org/10.37751/parameter.v6i1.160>
- Arnetta, S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Skripsi*, 12.
- Az-zahra, N. A., & Soepatini. (2024). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY, DAN BRAND IMAGE TERHADAP ATTACHMENT TO FESTIVAL DESTINATION DENGAN BRAND LOYALTY SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SOLO GREAT SALE. *Edunomika*, 3.
- Benyamin, C. C. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Koi Café Di Supermall Karawaci Tangerang*.

- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Chayadi, S. A., Loisa, R., & Sudarto. (2021). Strategi Marketing Public Relations Kopi Kenangan dalam Membangun Brand Awareness. *Prologia*, 176.
- Daffa, D., Septina, & Subandi. (2024). Implementasi budaya tugas dalam supervisi. *Jurnal Media Akademik*, 2(6).
- Dewi, A. K. (2024). Pengaruh Lingkungan Kerja, Stress Kerja dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Kusuma Megahperdana. *Skripsi*, 49
- Ernawati, D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 19.
- Fendi. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA RESTORAN KOREA BUM KITCHEN). *Skripsi*.
- Fidellis Wato Tholok, Suhendar Janamarta, F. P. W. (2021). *Harga* 2.843. > T. 3(41), 48–56.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 99.
- Firmansyah, M. A. (2023). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK PLANNING & STRATEGY*. Indonesia: Penerbit Qiara Media.
- Frandika Sitepu, Hendra, H., Sitompul, D. P., & Vinsensius Matondang. (2023). Analisis Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Mehuli Kitchen Kabanjahe. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(2), 198–208. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1784>
- Fransisca, M. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SUBSEKTOR TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021. *Skripsi*, 55-57.
- Gunawan, A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cosmomed Hand Sanitizer Alcohol-Based Pada PT. Global Pharma Indonesia. *Skripsi*, 21- 22.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.
- Hidayah, R., Sazali, H., & Sumanti, S. T. (2023). Manajemen Humas Dan Informasi

Dalam Mengelola Berita Pada Website Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (Www.Uinsu.Ac.Id) Sebagai Media Informasi Universitas. *Sibatik Journal* | Volume, 2(7), 2027–2034. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK>

- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 37–43. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v2i1.311>
- Iis Noviyanti, D. S. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 52.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Indonesia: Unitomo Press.
- Jasmine, A. (2023). PENGARUH MOTIVASI, LINGKUNGAN KERJA, DAN KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. PRIMA PROSPEK INDONESIA. *Skripsi*, 60-61.
- Jasmine Fitria Wibowo, Eny Setyariningsih, & Budi Utami. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hp Oppo (Studi Pada Konsumen Oppo Di Mojokerto). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(12), 3579–3592. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i12.3218>
- Jonathan, A. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TRAVELOKA. *Skripsi*, 2.
- Khasanah, U. A., Ayuningtyas, D., & Setyawati, S. M. (2024). HUBUNGAN PENGETAHUAN SISWA KELAS XII IPA PADA MATERI SISTEM SIRKULASI TERHADAP MINAT DONOR DARAH DI SMA N 8 SEMARANG TAHUN AJARAN 2016/2017. *IJSET JOURNAL*, 34.
- Kirtileka, S. B. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Panggang Di Kota Tangerang . *Skripsi*, 10.
- Kopi Kenangan. (2024). Genap Berusia 7 Tahun, Kopi Kenangan Umumkan Pencapaian Dan Rencana Ekspansi Internasional Selanjutnya. <https://kopikenangan.com/news/genap-berusia-7-tahun-kopi-kenangan-umumkan-pencapaian-dan-rencana-ekspansi-internasional-selanjutnya>
- Lesmana, J., & Andy. (2022). Pengaruh Harga , Variasi , & Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Pakaian Wanita Melalui Shopee (Studi Kasus Di Kota Tangerang). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–13.
- Lestari, E., & Janamarta, S. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, kualitas Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT*

Telaga Mestika Mas. 2(2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>

- Manggala, T. A., & Hidayat, A. (2021). Pengaruh Kebijakan Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Spring Bed King Koil PT. Duta Abadi Primantara. *Prosiding: Ekonomi Dan ...*, 1(1). <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1152%0Ahttps://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/download/1152/595>
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Martin, R. (2023). PENGARUH KOMUNIKASI, KERJASAMA TIM, DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. ALBA UNGGUL METAL. *Skripsi*, 107.
- Mulia, I. M., & Semara, I. M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pariwisata dan Bisnis*, 234.
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Nadira, A. P. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC DI SHOPEE (STUDI KASUS PADA REMAJA KECAMATAN TUAH MADANI KOTA PEKANBARU). *Skripsi*, 1.
- Nalika, Q. N. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI PASAR LAMA TANGERANG. *Skripsi*, 51.
- Natalia Stella, A. K., Moniharapon, S., & Arie, F. V. (2022). Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung di Camp James Remboken. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 10(4b), 382–392.
- Nicholas, J. M. L., & Edwin, F. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan brand image terhadap keputusan membeli di kopi kenangan pasar minggu. *Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 180–189.
- Novianty, S., & Kusnawan, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pembelian Produk Melalui

- Aplikasi Online Tokopedia. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 159–167. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1586>
- Nugroho, M. A. (2024). Bauran Pemasaran. In M. A. Nugroho, *Bauran Pemasaran* (p. 9). Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Nurhayati, M. (2024). PENGARUH HARGA, VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKET PLACE LAZADA. *Jurnal Widya Persada, Manajemen & Akuntansi*, 80.
- Nurasmi, & Andriana Ana, N. (2024). Pengaruh Peran Beauty Vlogger, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Di Samarinda. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4901–4920. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Oktaviani, S. (2022). PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK LUNICA. *Skripsi*, 17.
- Pahmi. (2024). *KUALITAS PRODUK DAN HARGA MEMPENGARUHI MINAT BELI MASYARAKAT*. Indonesia: Nas Media Pustaka.
- Puji, M., Verawaty, Syahril, H., Siti, P., Triyani, C., Dicky, Cahyani, P., Ismail, Asmirin, N., Indria, Fitriana, Risca, & Mia, C. (2020). Manajemen Pemasaran. In *Management Pemasaran* (Vol. 9, Issue 2). https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Z-fWDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=pemasaran&ots=4OW3gb3be_&sig=nkw1g0J8CYUiwenudefN7s-ZCd8
- Putra, B. P., & Haryadi, R. N. (2023). *PENGARUH KOMUNIKASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT . MACKESSEN INDONESIA hubungan suatu variabel tak bebas / response (Y) dengan 2 (dua) atau lebih variabel Standardize*. 1(November 2022), 154–159.
- Rachel, A. P. R., & Kusnawan, A. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Rekan Kerja Terhadap Etos Kerja Karyawan Pada Saat Pandemi di PT. Mega Mustika Gemilang. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 120–130. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/emabi/article/view/1104>
- Rachmawati, E., Hurriyati, R., & Dewi Dirgantari, P. (2020). E-Promosi untuk Komunikasi pelanggan di Sektor Minuman: Studi Kopi Kenangan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(2), 238–247. <https://doi.org/10.33059/jmk.v9i2.2360>
- Rizky Fadilla, A., & Ayu Wulandari, P. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap PengumpulanData. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(No 3), 34–46.

- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 8135.
- Sabella, F. (2022). Fakultas bisnis universitas buddhi dharma tangerang 2020. *Skripsi*.
- Saputra, A. B., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Di Market Place Tokopedia Pada Produk Skincare Kahf Di Kalangan Gen Z. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4224.
- Saputra, J. (2022). PENGARUH HARGA, STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KOPI CHUSEYO. *Skripsi*, 39.
- Saputra, S. D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Inovasi Teknologi Pemesanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Mcdonald's di Wilayah JABODETABEK. *Skripsi*, 12.
- Sarita, A. A., & Imawati, E. (2022). Peningkatan Keterampilan Memahami Teks Laporan Hasil Observasi Menggunakan Metode Diskusi Siswa Kelas Viii. *Prosiding Seminar Akademik Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(1), 39–46.
<https://conference.ut.ac.id/index.php/psapbin/article/view/1094>
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37.
<https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Simarmata, A., Jocom, S. G., & Kaunang, R. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7p) Pada Black Cup Coffee Roaster Di Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 18(3), 699–708.
<https://doi.org/10.35791/agrsosek.v18i3.44693>
- Susnita, T. A. (2021). Pengaruh Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Bangunan Simpang Tiga Jaya Lemahsugih Kabupaten Majalengka. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 1014-1015.
- Sutanto, A. (2022). PENGARUH MINAT KONSUMEN CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR PADA AMBOH MOTOR DI WILAYAH TANGERANG. *Skripsi*, 24-25.
- Sutikno, Y., Hosan, H., & Irawati, I. (2021). Implementasi Metode Penugasan untuk Meningkatkan Kemampuan Melakukan Wawancara untuk Mahasiswa STAB Maitreyawira. *Jurnal Maitreyawira*, 2(2), 1–8.
<https://doi.org/10.69607/jm.v2i2.40>
- Theresia, C. (2023). PENGARUH VIRAL MARKETING, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

PADA PRODUK SKINCARE SOMETHINC DI MARKETPLACE SHOPEE INDONESIA. *Skripsi*, 28-29.

- Tholok, F. W., Santosa, S., & Janamarta, S. (2019). Studi Ketertarikan Masyarakat Terhadap Penggunaan Aplikasi Tangerang Live (Pendekatan Pada Teori Skala SERVQUAL). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 1. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.165>
- Tholok, F. W., Sugandha, S., Janamarta, S., & Parameswari, R. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Fakultas Bisnis). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 26–34. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1825>
- Valentha, F. V., Satoto, E. B., & Reskiputri, T. D. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk J.CO Roxy Square Jember. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*, 338.
- Vania, L., & Handayani, W. P. P. (2024). Peran Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Starbuck Di Kota Madiun. *Surakarta Management Journal*, 6(1), 106. <https://doi.org/10.52429/smj.v6i1.1327>
- Veronica, S., & Silaswara, D. (2024). *Pengaruh Citra Merek , Kualitas Kepercayaan , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Transportasi Go- Jek (Studi Kasus Pada Mahasiswa / I Universitas Buddhi Dharma Yang Menggunakan Go-Ride)*. 1, 1–10.
- Widiyanto, G., Satrianto, H., & Wibowo, F. P. P. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Kota Tangerang (Studi Kasus Peran UKM Pembuatan Makanan Ringan dan Snack). *ECo-Buss*, 3(3), 120–130. <https://doi.org/10.32877/eb.v3i3.208>
- Wijaya, E., & Dewanti, A. P. ayu. (2023). Pemasaran Produk Kembang Tahu Menggunakan Marketing Mix. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, 2(2), 35–40. <https://doi.org/10.37676/jdm.v2i2.4879>
- Wijaya, I. P. (2023). PENGARUH EFIKASI DIRI, PENEMPATAN KARYAWAN DAN SEMANGAT KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT BUMI BERKAH BOGA (KOPI KENANGAN) DI BALI. *Thesis* , 5-6.
- Winardi, W., & Parameswari, R. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Hao Sheng Trading. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–14. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>
- Zarliani, W. O. (2023). Manajemen Pemasaran. In W. O. Zarliani, *Manajemen Pemasaran* (p. 1). Sleman: Penerbit DEEPUBLISH.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**Identitas Pribadi**

Nama : Cella Srevala
Tempat, Tanggal Lahir : Koba, 21 April 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Buddha
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Raya Kembangan RT:02 / RW: 03, Jakarta Barat
(11610), DKI Jakarta
No. Telepon : 082191867283
Email : cellasrevala2104@gmail.com
IPK Terakhir : 3,70

**Riwayat Pendidikan**

SD : SD Trinitas (2009 – 2013)
SD Bethel Kosambi (2013 – 2015)
SMP : SMP Bethel Kosambi (2015 – 2018)
SMK : SMK Yadika 10 (2018 – 2021)

Tangerang, 9 Desember 2024

Cella Srevala

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/I dan teman-teman yang terhormat

Perkenalkan nama saya Cella Srevala, salah satu mahasiswi Program Studi Manajemen Pemasaran di Universitas Buddhi Dharma. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian yang berjudul sebagai berikut: **“Pengaruh *Brand Image*, Harga dan kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di Bandara *City Mall*”**

Penelitian ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) saya di Universitas Buddhi Dharma. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi kuesioner yang telah disediakan.

Semua data dan jawaban yang diberikan oleh Bapak/Ibu/Saudara/I akan sangat bermanfaat untuk menyelesaikan penelitian ini dan akan digunakan untuk kepentingan akademik sehingga semua data dan informasi yang diberikan akan terjaga kerahasiaannya.

Demikian atas perhatian, kesediaan dan waktu yang Bapak/Ibu/Saudara/I berikan dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Cella Srevala

Data Responden :

1. Nama:
2. Jenis kelamin:
 - ☐ Laki-laki
 - ☐ Perempuan
3. Usia:
 - ☐ < 18 Tahun
 - ☐ 18 – 25 Tahun
 - ☐ 26 – 40 Tahun
 - ☐ > 41 Tahun
4. Tingkat Pendidikan
 - ☐ SMP - SMA/SMK
 - ☐ D3
 - ☐ S1
 - ☐ S2
5. Pekerjaan saat ini
 - ☐ Pelajar/Mahasiswa
 - ☐ Pegawai
 - ☐ Wirausaha
 - ☐ Ibu Rumah Tangga
 - ☐ Lainnya...
6. Apakah anda pernah membeli produk Kopi Kenangan di Bandara *City Mall*?
 - ☐ Ya
 - ☐ Tidak

(jika anda menjawab YA, silahkan lanjutkan mengisi kuesioner, namun jika menjawab TIDAK silahkan berhenti untuk mengisi kuesioner)

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

1. Dimohon untuk menjawab pertanyaan yang tersedia dengan JUJUR
2. Berilah tanda (•) pada salah satu jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i pilih

Keterangan :

Terdapat lima alternatif jawaban yaitu

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) = Nilai 1
- b. Tidak Setuju (TS) = Nilai 2
- c. Netral (N) = Nilai 3
- d. Setuju (S) = Nilai 4
- e. Sangat Setuju (SS) = Nilai 5

BRAND IMAGE (X1)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Produk minuman Kopi Kenangan memiliki reputasi merek yang baik					
2.	Merek minuman Kopi Kenangan memiliki keunggulan sehingga mampu bersaing dengan minuman kopi merek lain					
3.	Kopi Kenangan adalah merek kopi yang populer di kalangan anak muda maupun orang dewasa					
4.	Merek minuman Kopi Kenangan mudah diingat oleh banyak orang					

5.	Konsumen merasa puas dengan produk Kopi Kenangan sehingga ingin melakukan pembelian ulang					
6.	Merek minuman Kopi Kenangan memiliki ciri khas sehingga mudah untuk dikenali oleh banyak orang					
7.	Citra merek produk Kopi Kenangan terus meningkat karena adanya promosi produk yang menarik					
8.	Keunggulan merek minuman Kopi Kenangan adalah dari kualitas produk yang diberikan					
9.	Citra positif merek Kopi Kenangan membuat saya ingin merekomendasikannya kepada orang lain					
10.	Saya tetap membeli Kopi Kenangan bahkan jika harganya sedikit lebih tinggi dibandingkan merek lain					

HARGA (X2)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Harga minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> terjangkau untuk seluruh konsumen					

2.	Harga minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> sesuai dengan standar varian menu					
3.	Harga yang diberikan Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> sesuai dengan yang diberitahukan di media sosial Kopi Kenangan					
4.	Harga produk minuman Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> bervariasi					
5.	Harga yang ditawarkan Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> lebih murah dibanding kompetitor lainnya					
6.	Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> sering memberikan diskon harga dan promosi untuk produknya					
7.	Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> menggunakan strategi harga yang fleksibel seperti promo musiman untuk menarik pelanggan					
8.	Persepsi saya terhadap harga Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> adalah bahwa Kopi Kenangan memberikan penawaran yang adil					

9.	Harga Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan dari produknya					
10.	Saya merasa puas dengan harga yang diberikan oleh Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i>					

KUALITAS PRODUK (X3)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Kualitas produk Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> memiliki cita rasa produk yang berbeda dari merek kopi lainnya					
2.	Produk Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> memiliki keberagaman minuman selain kopi yaitu non-coffee, sehingga saya bisa membeli sesuai dengan keinginan dan kebutuhan saya					
3.	Produk Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> memiliki kualitas kemasan yang menarik dan mudah untuk dibawa kemana saja					
4.	Produk Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> memiliki konsistensi produk yang baik					

5.	Produk Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> memiliki ketahanan produk yang baik sehingga dapat dinikmati dalam waktu lama					
6.	Produk Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> selalu memberikan penyajian produk yang baik					
7.	Produk Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> memiliki daya tarik yang menarik sehingga membuat saya ingin mencoba varian lainnya					
8.	Produk Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> memiliki ke higienisan produk yang baik					
9.	Produk Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> memiliki menu yang disesuaikan dengan tren dan kebutuhan masyarakat					
10.	Produk Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> memiliki ukuran produk yang dapat disesuaikan dengan keinginan masyarakat					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Kopi Kenangan Bandara <i>City Mall</i> memiliki banyak pilihan produk sehingga memberikan					

	saya kemudahan dalam mengambil keputusan pembelian					
2.	Saya membeli produk Kopi Kenangan karena mereknya sudah terpercaya					
3.	Saya membeli produk Kopi Kenangan di Bandara <i>City Mall</i> karena adanya kemudahan akses yang melalui berbagai saluran penjualan seperti <i>offline</i> dan <i>online</i>					
4.	Saya membeli produk Kopi Kenangan karena tersedia di banyak tempat dan mudah untuk dijangkau					
5.	Saya membeli produk Kopi Kenangan karena memiliki variasi produk yang sesuai dengan kebutuhan saya					
6.	Saya membeli produk Kopi Kenangan karena waktu pembuatan dan pembayarannya cepat					
7.	Saya membeli produk Kopi Kenangan karena produk yang saya terima selalu sesuai dengan pesanan saya					
8.	Saya sering melakukan pembelian ulang produk Kopi					

	Kenangan karena adanya variasi menu yang beragam dan menarik					
9.	Saya membeli produk Kopi Kenangan dalam jumlah yang banyak untuk dinikmati bersama dengan teman atau keluarga					
10.	Adanya berbagai jenis metode pembayaran yang disediakan Kopi Kenangan Bandara City Mall, memudahkan saya dalam melakukan keputusan pembelian					

Beberapa produk minuman yang dapat dikatakan menjadi pesaing produk Kopi Kenangan ialah antara lain:

- Janji Jiwa
- Fore Coffee
- Chatime
- KOKALI

Tabel Deskripsi Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan Saat ini	Pernah / Tidak pernah
1	Perempuan	> 41 Tahun	SMP-SMA/SMK	Ibu Rumah Tangga	Ya
2	Laki-laki	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Agent Asuransi MSIG	Ya
3	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
4	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
5	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
6	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
7	Laki-laki	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
8	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
9	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
10	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
11	Perempuan	26 - 40 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
12	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
13	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	Ya
14	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
15	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
16	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
17	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
18	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
19	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Wirausaha	Ya
20	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
21	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
22	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
23	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
24	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
25	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
26	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	guru	Ya
27	Laki-laki	> 41 Tahun	SMP-SMA/SMK	Buruh harian	Ya
28	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	karyawan swasta	Ya
29	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
30	Laki-laki	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
31	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
32	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	Ya
33	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
34	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
35	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya

No	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan Saat ini	Pernah / Tidak pernah
36	Perempuan	26 - 40 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
37	Perempuan	26 - 40 Tahun	SMP-SMA/SMK	Ibu Rumah Tangga	Ya
38	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
39	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
40	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
41	Laki-laki	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
42	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
43	Laki-laki	26 - 40 Tahun	SMP-SMA/SMK	Wirausaha	Ya
44	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
45	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
46	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
47	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
48	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
49	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
50	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
51	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
52	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
53	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Guru	Ya
54	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
55	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
56	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
57	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
58	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
59	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
60	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
61	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Wirausaha	Ya
62	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
63	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	Ya
64	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
65	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
66	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Wirausaha	Ya
67	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
68	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
69	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
70	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
71	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
72	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
73	Laki-laki	> 41 Tahun	S1	Wirausaha	Ya
74	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Wirausaha	Ya

No	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan Saat ini	Pernah / Tidak pernah
75	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	Ya
76	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
77	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
78	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
79	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
80	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
81	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
82	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
83	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
84	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
85	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
86	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Wirausaha	Ya
87	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
88	Perempuan	> 41 Tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	Ya
89	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
90	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
91	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
92	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
93	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
94	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
95	Laki-laki	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
96	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Wirausaha	Ya
97	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
98	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
99	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
100	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
101	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
102	Perempuan	> 41 Tahun	S1	Wirausaha	Ya
103	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
104	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
105	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
106	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
107	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
108	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
109	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
110	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
111	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
112	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
113	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya

No	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan Saat ini	Pernah / Tidak pernah
114	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	Ya
115	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
116	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
117	Laki-laki	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
118	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
119	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
120	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
121	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
122	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
123	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
124	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Wirausaha	Ya
125	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Wirausaha	Ya
126	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Wirausaha	Ya
127	Laki-laki	> 41 Tahun	S1	Wirausaha	Ya
128	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
129	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	Ya
130	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
131	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
132	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Wirausaha	Ya
133	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
134	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
135	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
136	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
137	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
138	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
139	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
140	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
141	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
142	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
143	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
144	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
145	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
146	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Wirausaha	Ya
147	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
148	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
149	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
150	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
151	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
152	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya

No	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan Saat ini	Pernah / Tidak pernah
153	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
154	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
155	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
156	Perempuan	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
157	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
158	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
159	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
160	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
161	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
162	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
163	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
164	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
165	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Wirausaha	Ya
166	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
167	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
168	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
169	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
170	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
171	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
172	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
173	Laki-laki	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
174	Perempuan	> 41 Tahun	SMP-SMA/SMK	Wirausaha	Ya
175	Laki-laki	26 - 40 Tahun	S1	Pegawai	Ya
176	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya
177	Perempuan	> 41 Tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	Ya
178	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Wirausaha	Ya
179	Perempuan	26 - 40 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
180	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
181	Laki-laki	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Wirausaha	Ya
182	Laki-laki	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
183	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
184	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
185	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
186	Perempuan	18 - 25 Tahun	S1	Pegawai	Ya
187	Perempuan	> 41 Tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	Ya
188	Laki-laki	> 41 Tahun	S1	Pegawai	Ya
189	Perempuan	> 41 Tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	Ya
190	Laki-laki	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
191	Laki-laki	18 - 25 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	Ya

No	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan Saat ini	Pernah / Tidak pernah
192	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
193	Laki-laki	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
194	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
195	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
196	Perempuan	26 - 40 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
197	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
198	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
199	Laki-laki	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya
200	Laki-laki	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pegawai	Ya
201	Perempuan	18 - 25 Tahun	SMP-SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Ya



Lampiran 2 Hasil Wawancara

HASIL WAWANCARA

Responden pertama :

1. Bagaimana tingkat kesadaran konsumen terhadap *brand image* Kopi Kenangan di Bandara *City Mall*?

Jawaban

= Tingkat kesadaran konsumen terhadap *brand image* Kopi Kenangan di Bandara *City Mall* cukup tinggi, karena Kopi Kenangan salah satu merek Kopi yang cukup populer di Indonesia, dan memiliki gerai yang cukup banyak seperti di mal, ruko, dan tempat lainnya.

2. Apakah konsumen merasa bahwa harga Kopi Kenangan di Bandara *city mall* ini sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan?

Jawaban

= Menurut saya harga yang diberikan Kopi Kenangan ini cukup sebanding dengan kualitas yang diberikan.

3. Seberapa besar peran *brand image* dalam membangun loyalitas pelanggan terhadap Kopi Kenangan di Bandara *City Mall*?

Jawaban

= Dalam membangun loyalitas, *brand image* memiliki peran yang cukup besar, karena mereka memiliki pengalaman yang baik dari produk maupun pelayanannya.

4. Apakah konsumen lebih mempertimbangkan harga atau kualitas produk saat membeli Kopi Kenangan di Bandara *City Mall*?

Jawaban

= Untuk saya pribadi harga memang faktor penting tetapi kualitas produk yang diberikan juga tidak kalah penting dalam suatu produk, karena kedua hal tersebut bisa menjadi keputusan konsumen untuk membeli atau tidak.

5. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas rasa dan pelayanan Kopi Kenangan dalam mempengaruhi keputusan pembelian?

Jawaban

= Kualitas rasa cukup baik dan cukup bervariasi dan pelayanan yang diberikan juga cepat dan ramah sehingga hal tersebut dapat membantu saya dalam mengambil keputusan.

Responden kedua :

1. Bagaimana tingkat kesadaran konsumen terhadap *Brand image* Kopi Kenangan di Bandara *City Mall*?

Jawaban

= Tingkat kesadaran merek Kopi Kenangan Bandara *City Mall* memang tinggi karena lokasinya cukup strategis untuk didatangkan dan juga ada di dalam mal.

2. Apakah konsumen merasa bahwa harga Kopi Kenangan di Bandara *city mall* ini sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan?

Jawaban

= Untuk harga menurut saya sepadan dengan kualitas yang diberikan.

3. Seberapa besar peran *brand image* dalam membangun loyalitas pelanggan terhadap Kopi Kenangan di Bandara *City Mall*?

= Peran *brand image* cukup besar karena Kopi Kenangan memberikan inovasi menu yang cukup banyak jadi dapat memperkuat loyalitas pelanggan.

4. Apakah konsumen lebih mempertimbangkan harga atau kualitas produk saat membeli Kopi Kenangan di Bandara *City Mall*?

Jawaban

= Ya, saya mempertimbangkan kedua hal itu, karena kedua hal tersebut cenderung bisa jadi sebuah keputusan saya untuk membeli produk ini atau tidak.

5. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas rasa dan pelayanan Kopi Kenangan dalam mempengaruhi keputusan pembelian?

Jawaban

= Kualitas rasa cukup memuaskan dari banyaknya menu yang menarik, dan pelayanan yang diberikan juga cepat dan ramah jadi kedua hal itu dapat mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian.

Responden ketiga :

1. Bagaimana tingkat kesadaran konsumen terhadap *brand image* Kopi Kenangan di Bandara *City Mall*?

Jawaban

= Untuk *brand image* Kopi Kenangan cukup tinggi yah, terutama di kalangan anak muda, tetapi memang ada juga sebagian orang lebih ke produk kopi lain, jadi menurut saya Kopi Kenangan bisa untuk lebih lagi memperkuat *brand image* nya.

2. Apakah konsumen merasa bahwa harga Kopi Kenangan di Bandara *city mall* ini sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan?

Jawaban

= Dalam harga menurut saya memang yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas produknya, walaupun Kopi Kenangan sering memberikan promo atau diskon tetapi kualitas produknya tetap konsisten.

3. Seberapa besar peran *brand image* dalam membangun loyalitas pelanggan terhadap Kopi Kenangan di Bandara *City Mall*?

= *Brand image* Kopi Kenangan cukup besar untuk loyalitas pelanggan karena Kopi Kenangan tetap menjaga kualitasnya.

4. Apakah konsumen lebih mempertimbangkan harga atau kualitas produk saat membeli Kopi Kenangan di Bandara *City Mall*?

Jawaban

= Saya pribadi lebih mempertimbangkan kualitas produk yang diberikan terlebih dahulu, baru ke harganya, karena jika kualitas produk tidak sebanding dengan harga, itu bisa mempengaruhi saya untuk membeli atau tidak.

5. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas rasa dan pelayanan Kopi Kenangan dalam mempengaruhi keputusan pembelian?

Jawaban

= Selama saya membeli Kopi Kenangan di mal ini, kualitas rasanya baik baik saja dan konsisten, dan pelayanan yang diberikan saat saya memesan secara langsung juga selalu ramah.

Responden keempat :

1. Bagaimana tingkat kesadaran konsumen terhadap *brand image* Kopi Kenangan di Bandara *City Mall*?

Jawaban

= Menurut saya cukup tinggi karena lokasi Kopi Kenangan ini strategis berada di mal, yang dimana banyak orang datang untuk berbelanja atau berkegiatan lain yang kemudian bisa saja untuk datang ke Kopi Kenangan ini untuk membeli lalu dibawa pulang atau untuk berkumpul bersama teman.

2. Apakah konsumen merasa bahwa harga Kopi Kenangan di Bandara *city mall* ini sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan?

Jawaban

= Harga yang diberikan menurut saya sudah sesuai dengan kualitas produknya.

3. Seberapa besar peran *brand image* dalam membangun loyalitas pelanggan terhadap Kopi Kenangan di Bandara *City Mall*?

Jawaban

= Untuk loyalitas pelanggan saya pribadi sudah puas dengan produk yang diberikan jadi menurut saya peran *brand image* nya sudah besar.

4. Apakah konsumen lebih mempertimbangkan harga atau kualitas produk saat membeli Kopi Kenangan di Bandara City Mall?

Jawaban

= Saya lebih memilih kualitas produk karena saya ingin mendapatkan kenyamanan dalam meminum Kopi Kenangan, tetapi terkadang harga juga dapat menjadi faktor pertimbangan saya.

5. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas rasa dan pelayanan Kopi Kenangan dalam mempengaruhi keputusan pembelian?

Jawaban

= Saya merasa puas dengan kualitas rasa yang ada dan untuk pelayanannya saya juga merasa puas karena pelayanan nya sangat baik.

Responden kelima :

1. Bagaimana tingkat kesadaran konsumen terhadap *brand image* Kopi Kenangan di Bandara City Mall?

Jawaban

= Tingkat kesadaran *brand image* Kopi Kenangan di Bandara City Mall ini cukup tinggi, terutama untuk pelanggan yang mengetahui atau mengikuti tren kopi yang ada.

2. Apakah konsumen merasa bahwa harga Kopi Kenangan di Bandara *city mall* ini sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan?

Jawaban

= Saya merasa untuk harga yang diberikan sudah sesuai dengan kualitas produk yang di tawarkan.

3. Seberapa besar peran *brand image* dalam membangun loyalitas pelanggan terhadap Kopi Kenangan di Bandara *City Mall*?

Jawaban

= Menurut saya peran *brand image* sudah besar karena dengan pengalaman saya membeli mulai dari kualitas minuman, pelayanan dan kenyamanan tempat, bisa membangun loyalitas pelanggan.

4. Apakah konsumen lebih mempertimbangkan harga atau kualitas produk saat membeli Kopi Kenangan di Bandara *City Mall*?

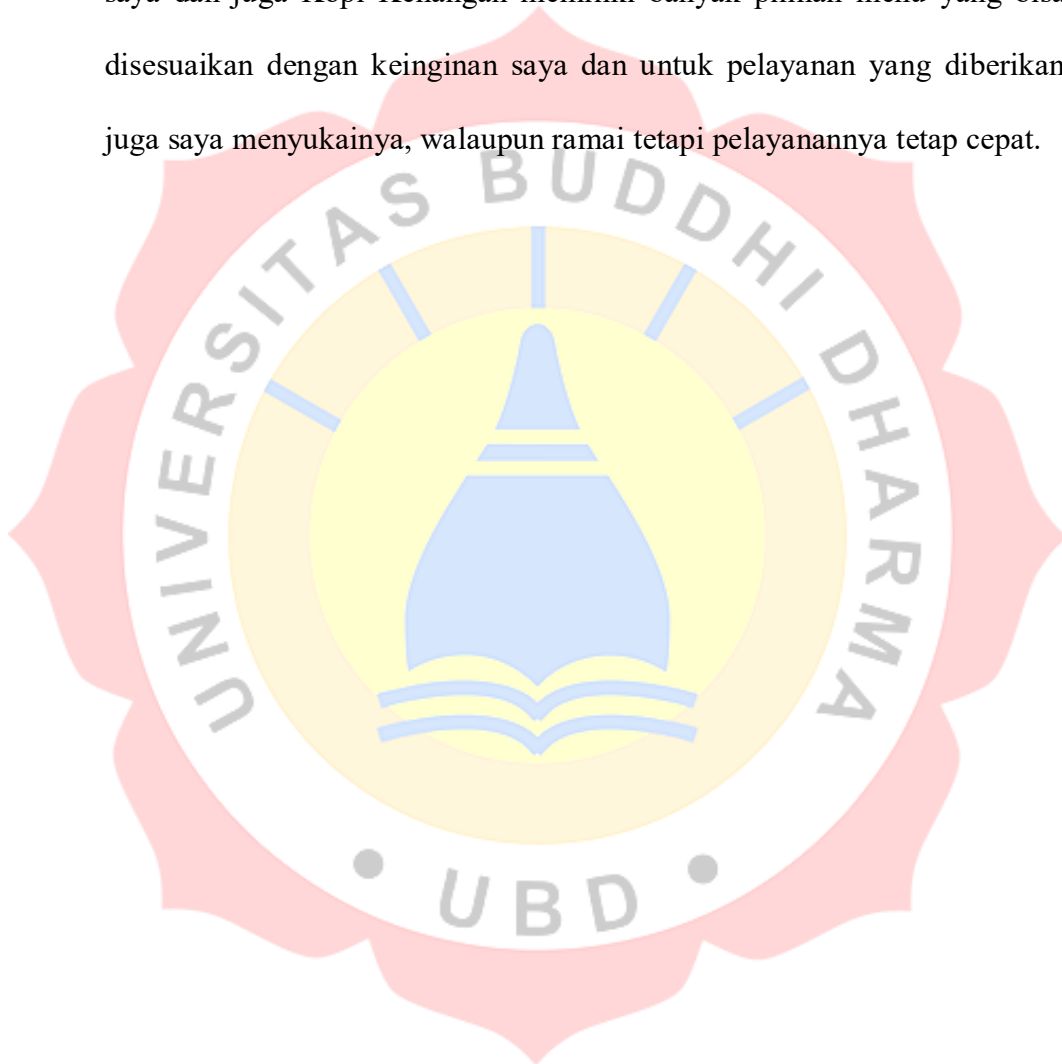
Jawaban

= Saya mempertimbangkan kedua hal tersebut, karena baik harga maupun kualitas produk dapat menjadi keputusan saya untuk membeli atau tidak.

5. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas rasa dan pelayanan Kopi Kenangan dalam mempengaruhi keputusan pembelian?

Jawaban

= Saya menyukai kualitas rasa yang diberikan, karena sesuai dengan selera saya dan juga Kopi Kenangan memiliki banyak pilihan menu yang bisa disesuaikan dengan keinginan saya dan untuk pelayanan yang diberikan juga saya menyukainya, walaupun ramai tetapi pelayanannya tetap cepat.



Lampiran 3 Tabel Jawaban Responden

TABEL JAWABAN REPONDEN

Brand Image (X1)

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

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total X1
35	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	43
36	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	33
37	5	3	4	5	4	4	4	3	4	4	40
38	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	37
39	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
40	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	34
41	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	34
42	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	45
43	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	44
44	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
45	3	4	4	4	4	5	3	4	4	3	38
46	5	4	5	5	4	5	4	4	4	2	42
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
49	5	4	3	3	4	3	4	4	3	2	35
50	4	4	3	4	3	5	3	3	4	3	36
51	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	43
52	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	43
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
54	4	4	5	5	3	3	3	4	3	3	37
55	4	3	4	2	5	4	4	5	3	1	35
56	5	5	3	4	5	2	4	5	5	4	42
57	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	43
58	4	4	5	3	4	5	2	5	5	2	39
59	5	5	5	4	5	4	4	3	4	2	41
60	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
61	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	45
62	5	5	5	5	3	4	3	3	3	2	38
63	3	4	4	5	4	3	1	3	4	5	36
64	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	45
65	4	2	5	4	5	4	3	5	5	1	38
66	5	4	4	5	3	5	3	4	2	5	40
67	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	43
68	5	3	2	3	5	3	4	5	4	5	39
69	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	46
70	4	5	4	3	5	4	5	5	4	5	44
71	4	5	5	4	3	5	3	4	5	4	42
72	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	44
73	4	4	5	4	5	5	3	5	4	4	43

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total X1
74	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	46
75	4	1	5	4	4	5	2	4	3	1	33
76	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	43
77	5	4	4	5	4	5	5	4	4	1	41
78	4	5	5	3	5	4	4	5	4	5	44
79	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	43
80	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	45
81	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	42
82	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	46
83	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	46
84	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	42
85	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	45
86	4	4	3	5	4	5	5	4	4	5	43
87	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	45
88	4	4	5	3	5	4	5	5	4	5	44
89	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	46
90	4	3	4	5	5	4	3	4	4	4	40
91	5	4	3	4	5	3	4	5	4	5	42
92	5	4	5	5	4	4	3	5	4	5	44
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
94	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
96	3	5	4	5	5	4	5	5	4	4	44
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
98	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	47
99	4	3	4	5	4	3	4	4	4	3	38
100	3	4	5	4	4	4	5	5	4	3	41
101	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	43
102	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	46
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
104	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
106	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	40
107	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	38
108	4	4	5	5	3	2	4	5	4	4	40
109	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	43
110	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	35
111	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	46
112	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	38

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total X1
113	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	46
114	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	30
115	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	45
116	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
117	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	46
118	4	4	5	4	5	4	4	5	3	3	41
119	1	5	5	5	4	3	4	4	5	4	40
120	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	43
121	3	4	4	4	5	3	4	5	3	4	39
122	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	45
123	5	4	4	5	5	5	3	3	5	4	43
124	4	5	5	5	4	4	4	5	3	3	42
125	4	4	5	5	3	5	2	3	3	2	36
126	3	4	4	5	4	3	5	4	4	5	41
127	4	5	4	3	3	4	4	5	5	2	39
128	5	5	4	3	4	4	3	5	3	4	40
129	4	5	3	4	4	5	3	4	2	2	36
130	4	5	3	4	5	5	3	4	4	4	41
131	4	5	3	3	4	3	5	5	4	4	40
132	4	5	5	5	3	4	4	5	3	3	41
133	4	3	3	3	4	5	5	4	3	2	36
134	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	42
135	1	2	2	3	2	1	2	1	1	3	18
136	3	5	4	4	3	5	4	4	5	3	40
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
138	3	5	4	5	4	3	5	4	3	4	40
139	4	3	1	3	2	2	4	2	5	4	30
140	1	2	4	5	3	4	5	3	4	5	36
141	3	5	4	3	4	3	3	5	3	4	37
142	3	5	3	4	5	3	3	3	4	5	38
143	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	46
144	2	3	3	1	3	5	4	5	3	4	33
145	2	3	4	5	4	4	3	5	2	4	36
146	3	2	2	1	3	1	2	2	3	1	20
147	2	4	4	4	5	4	4	3	3	5	38
148	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	44
149	5	4	5	5	3	4	5	4	4	3	42
150	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	44
151	2	4	4	5	3	2	4	5	3	5	37

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total X1
191	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
192	4	4	5	4	3	5	4	3	3	5	40
193	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	44
194	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
195	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
196	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
197	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	43
198	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
199	4	3	5	3	4	5	4	4	3	4	39
200	4	5	4	4	3	5	3	3	3	5	39
201	4	4	5	5	3	5	4	5	3	4	42

Harga (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total X2
1	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	40
2	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	39
3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
5	3	3	4	4	2	4	4	3	3	3	33
6	2	3	5	5	3	4	4	4	3	3	36
7	2	4	3	3	3	4	2	3	3	5	32
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	5	5	5	5	3	4	5	4	4	4	44
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	36
14	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	37
15	4	4	4	5	3	2	2	3	4	4	35
16	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	36
17	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	42
18	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
19	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	37
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	38

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total X2
24	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
25	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	34
26	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	31
27	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	44
28	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	42
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
31	3	4	5	5	1	3	3	3	4	4	35
32	5	4	5	5	3	4	4	4	4	5	43
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	38
35	5	4	5	4	5	5	5	3	3	4	43
36	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	40
37	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	39
38	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	36
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	31
41	3	4	5	4	2	3	3	4	4	3	35
42	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	44
43	4	4	5	5	4	3	3	4	4	5	41
44	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
45	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	34
46	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	43
47	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
48	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	46
49	4	4	4	5	3	4	5	3	2	4	38
50	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
51	4	5	3	4	5	4	3	4	5	3	40
52	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	44
53	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
54	5	4	5	5	3	4	5	3	3	4	41
55	3	4	5	3	2	4	5	4	3	4	37
56	4	4	3	5	1	4	5	4	3	4	37
57	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
58	5	3	5	4	4	1	3	4	5	5	39
59	5	5	5	5	3	5	2	5	5	5	45
60	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	37
61	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	46
62	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total X2
63	4	4	5	4	5	3	4	5	3	4	41
64	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	46
65	4	3	5	5	3	4	5	3	5	4	41
66	2	3	5	4	2	5	4	3	3	3	34
67	4	4	5	3	5	4	4	5	4	5	43
68	3	5	4	3	5	5	4	4	5	5	43
69	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	45
70	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	44
71	5	3	5	5	4	3	4	4	5	4	42
72	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43
73	4	5	3	5	5	4	5	4	5	5	45
74	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48
75	4	3	5	5	2	4	5	3	4	3	38
76	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	43
77	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	44
78	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4	43
79	4	4	5	5	1	3	4	5	3	4	38
80	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	47
81	4	5	4	5	5	3	5	5	4	5	45
82	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	44
83	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	45
84	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	44
85	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	42
86	4	4	5	3	5	4	5	5	4	5	44
87	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	43
88	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	45
89	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	44
90	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	35
91	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	45
92	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	45
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
94	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
96	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	43
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
98	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	45
99	2	3	4	5	3	3	3	3	3	3	32
100	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	45
101	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	40

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total X2
102	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	45
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
104	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	46
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
106	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
107	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	40
108	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	43
109	4	4	5	3	5	4	4	4	4	3	40
110	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	36
111	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	46
112	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	36
113	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	44
114	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	32
115	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	41
116	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	41
117	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	41
118	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	42
119	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	42
120	5	3	3	3	4	4	5	5	5	4	41
121	4	4	3	5	4	5	4	4	3	5	41
122	4	4	4	5	4	5	5	3	3	4	41
123	4	5	5	5	4	3	4	4	3	4	41
124	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	40
125	4	3	5	5	2	3	2	3	3	3	33
126	3	5	4	4	5	3	4	5	5	4	42
127	4	3	4	4	2	4	4	3	5	4	37
128	5	5	3	4	4	5	3	4	3	4	40
129	4	4	2	4	3	5	5	4	3	4	38
130	4	5	5	5	3	3	4	5	4	4	42
131	3	4	4	5	3	3	4	5	4	4	39
132	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	40
133	4	5	5	4	3	3	4	4	4	5	41
134	4	5	3	4	5	5	3	4	3	4	40
135	1	3	2	2	1	3	2	1	3	2	20
136	4	3	5	4	4	5	3	4	4	3	39
137	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
138	5	5	3	4	5	4	3	4	5	4	42
139	2	3	4	5	3	4	5	2	3	4	35
140	3	2	1	4	2	3	4	5	3	4	31

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total X2
141	2	4	5	3	4	5	3	4	5	3	38
142	2	3	4	5	3	4	5	4	2	4	36
143	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	46
144	3	4	5	4	4	4	3	4	5	3	39
145	3	5	3	4	5	3	4	4	3	5	39
146	2	3	1	2	3	2	2	1	3	2	21
147	3	4	5	4	4	5	4	3	3	4	39
148	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	42
149	5	4	3	4	4	5	3	3	5	4	40
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
151	4	5	3	4	5	3	4	3	4	5	40
152	3	5	3	5	3	2	4	5	3	5	38
153	3	4	5	4	5	3	4	3	4	3	38
154	3	4	4	5	2	4	4	3	3	3	35
155	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
156	4	5	3	5	3	4	5	4	2	3	38
157	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
158	4	4	3	4	3	5	4	3	3	3	36
159	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	46
160	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	43
161	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	36
162	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
163	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	41
164	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	34
165	5	4	5	5	3	4	4	4	5	5	44
166	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
167	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	31
168	4	4	3	4	3	4	3	5	4	5	39
169	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	45
170	4	4	4	4	2	3	4	4	4	5	38
171	3	4	4	5	2	4	5	3	4	3	37
172	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
173	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	43
174	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
175	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
176	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47
177	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
178	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	40
179	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	47

4	4	3	3	2	4	5	4	4	
3	3	3	4	2	3	3	3	3	
4	3	5	4	3	3	4	5	4	
5	4	5	5	4	4	5	4	5	
4	4	5	5	4	3	5	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	4	4	5	5	4	5	5	4	
5	4	4	5	5	4	3	3	3	
4	4	5	5	5	4	4	5	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	5	5	5	5	4	
5	5	4	4	5	4	4	5	5	
4	5	4	4	3	4	5	4	3	
4	5	4	4	5	4	5	4	5	
4	5	5	5	4	5	4	4	4	

4	4	3	3	2	4	5	4	4	
3	3	3	4	2	3	3	3	3	
4	3	5	4	3	3	4	5	4	
5	4	5	5	4	4	5	4	5	
4	4	5	5	4	3	5	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	4	4	5	5	4	5	5	4	
5	4	4	5	5	4	3	3	3	
4	4	5	5	5	4	4	5	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	5	5	5	5	4	
5	5	4	4	5	4	4	5	5	
4	5	4	4	3	4	5	4	3	
4	5	4	4	5	4	5	4	5	
4	5	5	5	4	5	4	4	4	

4	4	3	3	2	4	5	4	4	
3	3	3	4	2	3	3	3	3	
4	3	5	4	3	3	4	5	4	
5	4	5	5	4	4	5	4	5	
4	4	5	5	4	3	5	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	4	4	5	5	4	5	5	4	
5	4	4	5	5	4	3	3	3	
4	4	5	5	5	4	4	5	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	5	5	5	5	4	
5	5	4	4	5	4	4	5	5	
4	5	4	4	3	4	5	4	3	
4	5	4	4	5	4	5	4	5	
4	5	5	5	4	5	4	4	4	

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

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Total X3
52	3	5	4	4	5	4	4	5	3	5	42
53	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
54	3	5	3	4	3	4	3	3	5	5	38
55	4	5	3	5	2	4	5	4	4	5	41
56	5	4	4	5	3	5	4	5	2	4	41
57	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
58	4	4	5	3	4	5	5	3	4	5	42
59	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	42
60	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	35
61	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	47
62	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
63	2	5	4	5	1	4	5	4	4	3	37
64	5	3	5	5	4	5	5	5	5	4	46
65	2	4	3	5	4	3	5	5	5	2	38
66	4	4	3	5	1	4	5	4	4	5	39
67	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	42
68	1	5	4	5	3	4	4	5	4	2	37
69	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	46
70	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	44
71	1	3	2	4	2	4	5	3	4	5	33
72	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
73	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	45
74	4	5	5	4	3	5	5	3	4	4	42
75	5	3	5	4	1	4	3	4	1	3	33
76	4	5	3	5	5	4	5	4	5	5	45
77	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
78	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	45
79	4	5	3	4	5	5	3	4	5	5	43
80	4	5	3	4	5	4	5	3	4	5	42
81	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	45
82	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	46
83	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47
84	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	45
85	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	47
86	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	45
87	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
88	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	44
89	4	5	3	4	5	5	4	5	4	5	44
90	4	3	3	5	3	4	3	3	4	4	36

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Total X3
91	5	4	3	4	5	5	4	5	4	3	42
92	5	4	5	5	5	4	5	5	3	4	45
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
94	4	5	4	4	3	3	4	4	5	4	40
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
96	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	44
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
98	5	5	3	4	5	4	5	4	5	3	43
99	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	40
100	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	46
101	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	42
102	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	45
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
104	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	46
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
106	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
107	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
108	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	43
109	4	4	5	3	5	5	4	4	4	5	43
110	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	34
111	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	43
112	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	36
113	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	43
114	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	33
115	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	44
116	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	43
117	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	45
118	5	5	3	4	4	5	4	4	3	5	42
119	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
120	5	4	5	3	4	4	4	3	5	5	42
121	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	43
122	4	5	4	4	4	3	5	5	5	4	43
123	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	42
124	4	5	3	4	5	4	4	5	3	4	41
125	1	4	3	3	3	3	2	3	3	4	29
126	3	5	4	4	5	4	4	3	4	5	41
127	4	3	4	4	4	5	5	3	4	4	40
128	5	4	4	5	3	5	5	3	4	5	43
129	5	4	3	4	5	3	5	4	4	4	41

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Total X3
130	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	43
131	3	5	5	3	2	4	3	2	5	5	37
132	4	4	3	4	5	4	5	5	5	3	42
133	3	4	4	4	5	5	3	3	4	5	40
134	4	5	4	4	5	3	3	5	4	4	41
135	1	1	3	2	2	1	2	2	1	3	18
136	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	44
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
138	5	3	4	4	3	4	5	4	3	3	38
139	1	3	4	5	3	5	4	2	3	5	35
140	5	1	4	2	4	5	3	5	4	5	38
141	2	5	4	3	4	5	2	3	5	5	38
142	3	4	5	4	5	3	4	5	3	4	40
143	5	5	5	3	3	4	5	3	5	4	42
144	3	4	3	4	3	4	5	3	3	5	37
145	3	5	3	4	5	4	3	3	5	4	39
146	1	3	2	2	1	1	3	2	2	1	18
147	2	4	5	3	4	5	3	2	4	5	37
148	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
149	5	4	4	3	5	4	4	5	5	3	42
150	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
151	4	5	2	4	5	3	5	3	4	5	40
152	3	4	5	3	3	4	4	4	2	4	36
153	4	5	3	4	5	3	4	1	3	4	36
154	3	5	3	4	4	4	4	4	4	5	40
155	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	23
156	3	5	4	2	4	5	3	5	3	4	38
157	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	37
158	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	34
159	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
160	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	45
161	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
162	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
163	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
164	3	4	2	3	3	3	2	3	3	4	30
165	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
166	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	35
167	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
168	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	36

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Total X3
169	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	45
170	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
171	5	5	5	5	3	4	5	5	1	3	41
172	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
173	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	45
174	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
175	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
176	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	46
177	3	3	3	4	5	4	4	3	4	4	37
178	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	44
179	5	4	5	4	5	2	3	3	5	5	41
180	4	5	5	3	4	5	4	4	3	4	41
181	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	42
182	4	5	4	5	5	5	3	3	4	3	41
183	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	42
184	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	37
185	3	3	4	5	3	5	5	5	3	5	41
186	3	5	3	4	4	3	3	5	3	3	36
187	5	4	5	3	3	5	3	4	5	5	42
188	5	3	3	5	3	5	5	5	4	4	42
189	3	3	4	5	3	4	3	4	4	5	38
190	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
191	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	45
192	4	4	4	3	3	5	4	3	5	5	40
193	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
194	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
195	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
196	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
197	3	5	5	4	3	4	4	4	5	5	42
198	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	46
199	5	4	5	4	5	5	3	4	5	5	45
200	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
201	4	5	4	4	4	4	3	5	3	5	41

Keputusan Pembelian (Y)

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

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total Y
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	30
41	4	4	2	3	3	3	4	4	3	5	35
42	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	44
43	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
44	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	40
45	4	4	2	3	4	3	3	3	3	4	33
46	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	47
47	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	34
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	36
50	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
51	3	5	4	3	5	4	3	5	4	4	40
52	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	44
53	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
54	4	4	5	5	4	3	4	5	3	5	42
55	5	5	4	1	4	5	4	5	1	4	38
56	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	43
57	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
58	3	5	4	1	5	4	5	5	3	4	39
59	5	4	3	4	5	5	5	3	5	5	44
60	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
61	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	47
62	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
63	4	4	2	4	5	5	4	3	5	4	40
64	5	3	5	4	4	4	5	4	5	5	44
65	4	3	5	4	3	5	5	3	4	4	40
66	4	5	3	4	5	4	5	3	4	3	40
67	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	42
68	4	5	4	3	5	4	5	5	1	4	40
69	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	46
70	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	45
71	4	5	3	3	4	5	4	4	3	5	40
72	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
73	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	43
74	5	3	5	5	4	5	5	4	4	3	43
75	4	3	5	5	4	5	3	4	5	4	42
76	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	45

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total Y
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
78	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	43
79	2	4	5	1	3	4	5	5	2	5	36
80	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	42
81	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4	44
82	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46
83	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47
84	4	4	5	3	5	4	5	5	4	5	44
85	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
86	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	45
87	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	44
88	4	4	3	5	4	5	5	4	5	4	43
89	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	44
90	3	3	2	5	4	3	3	4	5	5	37
91	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	46
92	5	5	4	5	5	4	4	5	4	3	44
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
94	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	45
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
96	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	44
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
98	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	46
99	4	3	4	4	5	3	5	4	5	4	41
100	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	43
101	5	4	5	4	5	5	4	4	3	3	42
102	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	46
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
104	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	44
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
106	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
107	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	43
108	5	4	5	3	4	5	4	3	5	4	42
109	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	39
110	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	38
111	5	4	5	5	3	4	4	3	2	3	38
112	3	4	5	4	3	3	4	3	4	3	36
113	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	43
114	3	4	4	4	2	2	3	3	4	2	31
115	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	43

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total Y
116	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	44
117	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	46
118	5	4	5	5	4	4	5	3	4	4	43
119	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	47
120	5	4	5	5	5	3	4	4	5	4	44
121	5	5	3	4	4	5	3	5	4	4	42
122	3	5	4	4	4	5	5	4	3	5	42
123	5	3	3	5	4	5	5	5	4	4	43
124	4	5	3	4	4	4	5	5	4	5	43
125	4	5	4	4	4	4	4	2	2	4	37
126	5	5	3	4	5	3	4	4	5	4	42
127	4	5	4	4	5	3	5	3	4	4	41
128	3	5	4	5	5	4	4	3	5	4	42
129	5	3	5	5	4	4	4	4	5	5	44
130	4	4	4	5	5	3	3	4	5	5	42
131	5	4	5	5	3	5	4	3	4	4	42
132	3	3	4	5	5	4	4	4	5	4	41
133	4	5	4	3	4	5	3	4	4	5	41
134	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	42
135	1	1	3	1	2	2	3	1	3	2	19
136	5	5	3	4	4	3	5	4	5	4	42
137	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
138	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	41
139	3	5	2	4	5	4	2	3	5	4	37
140	3	4	5	3	4	4	2	3	3	4	35
141	4	5	3	4	5	2	4	5	4	3	39
142	2	4	3	3	5	4	5	2	3	5	36
143	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	47
144	2	1	3	4	5	3	5	4	4	5	36
145	3	4	3	4	5	3	3	5	3	4	37
146	1	3	2	2	1	3	2	1	1	3	19
147	3	4	3	4	5	3	5	3	4	5	39
148	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	38
149	5	5	4	3	4	3	4	5	4	4	41
150	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	45
151	3	5	2	3	4	3	4	5	3	4	36
152	3	4	2	4	5	3	2	1	4	5	33
153	3	5	4	3	1	4	5	3	4	5	37
154	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	45

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total Y
155	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	21
156	3	3	4	5	3	4	2	5	4	5	38
157	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	37
158	4	3	5	5	3	4	4	3	3	5	39
159	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
160	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	47
161	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
162	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
163	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	42
164	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	36
165	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	47
166	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
167	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
168	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	34
169	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
170	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	43
171	5	5	4	4	5	5	4	5	2	5	44
172	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
173	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	46
174	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	39
175	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	39
176	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
177	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	35
178	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
179	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	47
180	4	5	5	5	4	4	5	4	3	5	44
181	4	5	5	5	4	4	5	5	3	5	45
182	5	4	4	5	5	5	4	3	3	5	43
183	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	46
184	4	4	4	5	5	4	4	3	3	5	41
185	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	46
186	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
187	3	5	4	4	3	3	5	4	3	5	39
188	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	46
189	5	4	3	3	5	3	5	5	4	5	42
190	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
191	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
192	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	46
193	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total Y
194	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
195	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
196	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
197	5	4	5	4	3	4	4	3	3	5	40
198	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
199	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	45
200	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	43
201	4	4	5	4	3	5	5	5	4	5	44



Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data

HASIL PENGOLAHAN DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	78	38.8	38.8	38.8
	Perempuan	123	61.2	61.2	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25 Tahun	141	70.1	70.1	70.1
	26-40 Tahun	49	24.4	24.4	94.5
	>41 Tahun	11	5.5	5.5	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Tingkat Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP-SMA/SMK	49	24.4	24.4	24.4
	S1	152	75.6	75.6	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	78	38.8	38.8	38.8
	Pegawai	88	43.8	43.8	82.6
	Wirausaha	18	9.0	9.0	91.5
	Ibu Rumah Tangga	12	6.0	6.0	97.5
	Lainnya	5	2.5	2.5	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Uji Frekuensi Variabel *Brand Image* (X1)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	1.5	1.5	1.5
	TS	5	2.5	2.5	4.0
	N	25	12.4	12.4	16.4
	S	84	41.8	41.8	58.2
	SS	84	41.8	41.8	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.5	.5	.5
	TS	6	3.0	3.0	3.5
	N	27	13.4	13.4	16.9
	S	92	45.8	45.8	62.7
	SS	75	37.3	37.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.5	.5	.5
	TS	4	2.0	2.0	2.5
	N	17	8.5	8.5	10.9
	S	72	35.8	35.8	46.8
	SS	107	53.2	53.2	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1.0	1.0	1.0
	TS	3	1.5	1.5	2.5
	N	22	10.9	10.9	13.4
	S	75	37.3	37.3	50.7
	SS	99	49.3	49.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	3.0	3.0	3.0
	N	36	17.9	17.9	20.9
	S	84	41.8	41.8	62.7
	SS	75	37.3	37.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1.0	1.0	1.0
	TS	7	3.5	3.5	4.5
	N	33	16.4	16.4	20.9
	S	74	36.8	36.8	57.7
	SS	85	42.3	42.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.5	.5	.5
	TS	5	2.5	2.5	3.0
	N	38	18.9	18.9	21.9
	S	92	45.8	45.8	67.7
	SS	65	32.3	32.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.5	.5	.5
	TS	3	1.5	1.5	2.0
	N	36	17.9	17.9	19.9
	S	87	43.3	43.3	63.2
	SS	74	36.8	36.8	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1.0	1.0	1.0
	TS	4	2.0	2.0	3.0
	N	43	21.4	21.4	24.4
	S	86	42.8	42.8	67.2
	SS	66	32.8	32.8	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	3.0	3.0	3.0
	TS	22	10.9	10.9	13.9
	N	43	21.4	21.4	35.3
	S	70	34.8	34.8	70.1
	SS	60	29.9	29.9	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Uji Frekuensi Variabel Harga (X2)**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.5	.5	.5
	TS	10	5.0	5.0	5.5
	N	31	15.4	15.4	20.9
	S	98	48.8	48.8	69.7
	SS	61	30.3	30.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	.5	.5	.5
	N	37	18.4	18.4	18.9
	S	106	52.7	52.7	71.6
	SS	57	28.4	28.4	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1.0	1.0	1.0
	TS	2	1.0	1.0	2.0
	N	30	14.9	14.9	16.9
	S	77	38.3	38.3	55.2
	SS	90	44.8	44.8	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1.0	1.0	1.0
	N	19	9.5	9.5	10.4
	S	94	46.8	46.8	57.2
	SS	86	42.8	42.8	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	2.0	2.0	2.0
	TS	17	8.5	8.5	10.4
	N	62	30.8	30.8	41.3
	S	54	26.9	26.9	68.2
	SS	64	31.8	31.8	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.5	.5	.5
	TS	4	2.0	2.0	2.5
	N	41	20.4	20.4	22.9
	S	90	44.8	44.8	67.7
	SS	65	32.3	32.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	3.0	3.0	3.0
	N	32	15.9	15.9	18.9
	S	91	45.3	45.3	64.2
	SS	72	35.8	35.8	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1.0	1.0	1.0
	TS	1	.5	.5	1.5
	N	46	22.9	22.9	24.4
	S	87	43.3	43.3	67.7
	SS	65	32.3	32.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	1.5	1.5	1.5
	N	54	26.9	26.9	28.4
	S	81	40.3	40.3	68.7
	SS	63	31.3	31.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1.0	1.0	1.0
	N	37	18.4	18.4	19.4
	S	92	45.8	45.8	65.2
	SS	70	34.8	34.8	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Uji Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X3)**X3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	3.0	3.0	3.0
	TS	7	3.5	3.5	6.5
	N	48	23.9	23.9	30.3
	S	86	42.8	42.8	73.1
	SS	54	26.9	26.9	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1.0	1.0	1.0
	TS	1	.5	.5	1.5
	N	25	12.4	12.4	13.9
	S	80	39.8	39.8	53.7
	SS	93	46.3	46.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	3.5	3.5	3.5
	N	36	17.9	17.9	21.4
	S	85	42.3	42.3	63.7
	SS	73	36.3	36.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	3.5	3.5	3.5
	N	32	15.9	15.9	19.4
	S	101	50.2	50.2	69.7
	SS	61	30.3	30.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	2.0	2.0	2.0
	TS	4	2.0	2.0	4.0
	N	46	22.9	22.9	26.9
	S	72	35.8	35.8	62.7
	SS	75	37.3	37.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1.0	1.0	1.0
	TS	2	1.0	1.0	2.0
	N	31	15.4	15.4	17.4
	S	89	44.3	44.3	61.7
	SS	77	38.3	38.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	3.0	3.0	3.0
	N	42	20.9	20.9	23.9
	S	74	36.8	36.8	60.7
	SS	79	39.3	39.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X3.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.5	.5	.5
	TS	6	3.0	3.0	3.5
	N	35	17.4	17.4	20.9
	S	84	41.8	41.8	62.7
	SS	75	37.3	37.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X3.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	1.5	1.5	1.5
	TS	4	2.0	2.0	3.5
	N	39	19.4	19.4	22.9
	S	90	44.8	44.8	67.7
	SS	65	32.3	32.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

X3.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.5	.5	.5
	TS	3	1.5	1.5	2.0
	N	30	14.9	14.9	16.9
	S	83	41.3	41.3	58.2
	SS	84	41.8	41.8	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Uji Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1.0	1.0	1.0
	TS	6	3.0	3.0	4.0
	N	28	13.9	13.9	17.9
	S	83	41.3	41.3	59.2
	SS	82	40.8	40.8	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1.0	1.0	1.0
	N	26	12.9	12.9	13.9
	S	95	47.3	47.3	61.2
	SS	78	38.8	38.8	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	9	4.5	4.5	4.5
	N	22	10.9	10.9	15.4
	S	80	39.8	39.8	55.2
	SS	90	44.8	44.8	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	2.0	2.0	2.0
	TS	3	1.5	1.5	3.5
	N	30	14.9	14.9	18.4
	S	82	40.8	40.8	59.2
	SS	82	40.8	40.8	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1.0	1.0	1.0
	TS	5	2.5	2.5	3.5
	N	25	12.4	12.4	15.9
	S	83	41.3	41.3	57.2
	SS	86	42.8	42.8	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	2.5	2.5	2.5
	N	38	18.9	18.9	21.4
	S	80	39.8	39.8	61.2
	SS	78	38.8	38.8	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Y.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	3.5	3.5	3.5
	N	18	9.0	9.0	12.4
	S	87	43.3	43.3	55.7
	SS	89	44.3	44.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Y.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	1.5	1.5	1.5
	TS	4	2.0	2.0	3.5
	N	44	21.9	21.9	25.4
	S	71	35.3	35.3	60.7
	SS	79	39.3	39.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Y.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	2.0	2.0	2.0
	TS	8	4.0	4.0	6.0
	N	37	18.4	18.4	24.4
	S	75	37.3	37.3	61.7
	SS	77	38.3	38.3	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Y.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	2.5	2.5	2.5
	N	16	8.0	8.0	10.4
	S	79	39.3	39.3	49.8
	SS	101	50.2	50.2	100.0
	Total	201	100.0	100.0	

Uji Validitas dan Reliabilitas *Brand Image* (X1)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	201	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	201	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	37.2090	23.136	.485	.808
X1.2	37.2438	22.605	.606	.796
X1.3	37.0149	23.535	.506	.806
X1.4	37.0846	23.658	.457	.811
X1.5	37.2736	22.990	.546	.802
X1.6	37.2488	22.848	.499	.807
X1.7	37.3383	22.935	.555	.801
X1.8	37.2637	23.275	.518	.805
X1.9	37.3632	23.102	.502	.806
X1.10	37.6318	22.314	.430	.818

Uji Validitas dan Reliabilitas Harga (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	201	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	201	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	36.8507	21.868	.646	.824
X2.2	36.7960	23.373	.564	.833
X2.3	36.6368	23.412	.450	.842
X2.4	36.5721	24.236	.437	.842
X2.5	37.1045	20.914	.586	.832
X2.6	36.8209	23.008	.515	.836
X2.7	36.7463	23.290	.491	.838
X2.8	36.8308	22.081	.641	.825
X2.9	36.8706	22.523	.587	.830
X2.10	36.7413	22.983	.575	.831

Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	201	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	201	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	37.2289	23.727	.630	.833
X3.2	36.8010	25.540	.546	.841
X3.3	36.9851	25.515	.516	.844
X3.4	37.0249	25.284	.588	.838
X3.5	37.0547	24.482	.556	.841
X3.6	36.9204	24.924	.614	.835
X3.7	36.9751	24.954	.570	.839
X3.8	36.9751	25.264	.535	.842
X3.9	37.0547	25.312	.513	.844
X3.10	36.8756	25.729	.512	.844

Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	201	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	201	100.0

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

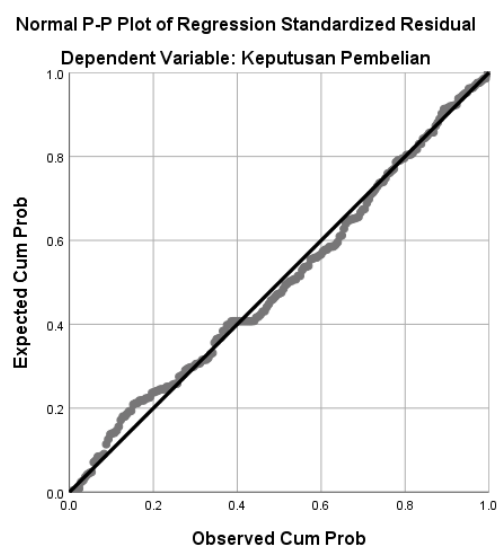
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	37.8259	24.375	.673	.838
Y.2	37.7761	26.585	.472	.854
Y.3	37.7562	25.905	.500	.852
Y.4	37.8358	24.628	.617	.843
Y.5	37.7811	25.392	.558	.848
Y.6	37.8557	25.354	.583	.846
Y.7	37.7214	25.522	.598	.845
Y.8	37.9154	24.458	.613	.843
Y.9	37.9453	24.802	.534	.851
Y.10	37.6318	26.134	.543	.849

Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		201
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.51979964
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.047
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

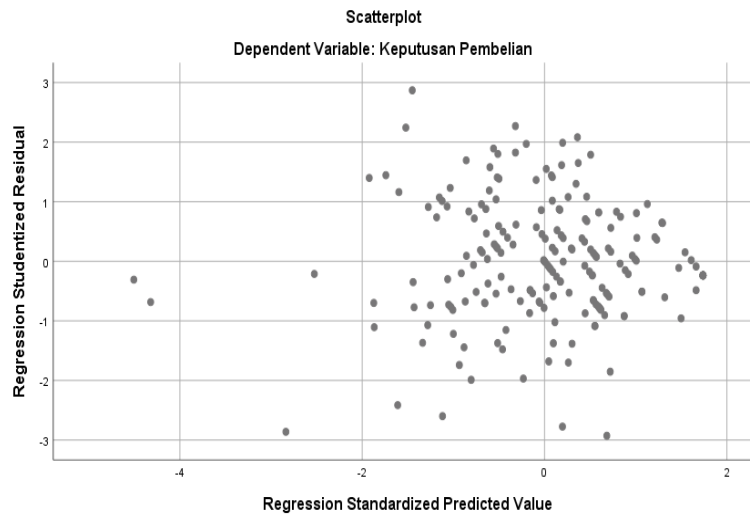
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.883	1.487			1.266	.207		
	Brand Image	.375	.065	.357		5.767	.000	.273	3.657
	Harga	.160	.069	.152		2.330	.021	.246	4.057
	Kualitas Produk	.439	.064	.437		6.836	.000	.256	3.901

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Heteroskedastisitas



Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.16992
Cases < Test Value	100
Cases >= Test Value	101
Total Cases	201
Number of Runs	97
Z	-.636
Asymp. Sig. (2-tailed)	.525

a. Median

Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.883	1.487		1.266	.207
	Brand Image	.375	.065	.357	5.767	.000
	Harga	.160	.069	.152	2.330	.021
	Kualitas Produk	.439	.064	.437	6.836	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Koefisien Korelasi

Correlations

		Brand Image	Harga	Kualitas Produk	Keputusan Pembelian
Brand Image	Pearson Correlation	1	.820**	.812**	.836**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	201	201	201	201
Harga	Pearson Correlation	.820**	1	.832**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	201	201	201	201
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.812**	.832**	1	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	201	201	201	201
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.836**	.808**	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	201	201	201	201

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

Koefisien Determinasi (*R Square*)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.891 ^a	.794	.791	2.539

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

Uji T *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.644	1.706		3.309	.001
	Brand Image	.878	.041	.836	21.490	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji T Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.149	1.817		3.935	.000
	Harga	.853	.044	.808	19.344	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji T Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.769	1.542		4.389	.000
	Kualitas Produk	.857	.037	.853	23.050	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4885.117	3	1628.372	252.614	.000 ^b
	Residual	1269.878	197	6.446		
	Total	6154.995	200			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Lampiran 5 Tabel R

Tabel R

Tabel r untuk df = 1 - 50

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

32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959

65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
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

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
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

Lampiran 6 Tabel T

TABEL T

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

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

40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
----	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

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

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Lampiran 7 Tabel F

TABEL F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

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

34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81

72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76

110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

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
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73

148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

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
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72



Kopi Kenangan Bandara City Mall

Grand Dadap City, Lantai GF, Dadap, Kec.
Kosambi, Kabupaten Tangerang, Banten 15211

Kepada Yth.

Ibu Rinintha Parameswari, S.Pd., M.Si.

Dosen Pembimbing Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma

Tangerang

Dengan hormat,

Berdasarkan surat izin penelitian skripsi ini, saya sebagai penanggungjawab atau supervisor dari Kopi Kenangan Bandara City Mall yang berada di Grand Dadap City, Lantai GF, Dadap menyatakan bahwa mahasiswa dari Universitas Buddhi Dharma dengan keterangan sebagai berikut :

Nama	: Cella Srevala
NIM	: 20210500063
Program Studi	: S1 – Manajemen
Fakultas	: Bisnis
Judul Skripsi	: Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di Bandara City Mall

Mahasiswa tersebut telah diberikan izin untuk menjadikan Kopi Kenangan Bandara City Mall sebagai objek penelitian skripsi atau tugas akhir untuk menyelesaikan program strata 1 program studi manajemen dengan konsentrasi pemasaran Universitas Buddhi Dharma. Demikian surat keterangan ini telah kami setujui. Terimakasih atas perhatiannya.

Tangerang, 26 Oktober 2024


API
Ruko Bandara City Mall Tangerang
Supervisor