

DAFTAR REFERENSI

- Ahmed, Zaman dan Irfan. 2013. Consumer's Brand Choice Behavior For Car. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review Vol. 2, No.5; Jan. 2013 Nomor ISSN: 0864-4742,*
- Amron. 2018. The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Institute, European Scientific Journal ISSN 1857- 7431, Vol. 14, No.13.*
- Andrianto dan Idris. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova Di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1-10, ISSN: 2252-6552 Akreditasi No.55a/DIKTI/Kep/2006.*
- Balawera, Asrianto. 2013. *Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado. Jurnal EMBA, Volume 1, Nomor 4, hal. 2117-2129*
- Bunga Aditi dan Hermansyur. 2018. Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol 19 No. 1, 2018, 64-72 DOI: <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1743> Published April 2018. ISSN 1693-7619 (print) | ISSN 2580-4170 (online), terakreditasi SK Menristek Dikti 12/M/Kp/II/2015.*
- Doshi. 2016. Factors affecting Buyer's Decision while purchasing hatchback Car *RK University Rajkot – Gujarat, India, International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies ISSN 2321-7782, Vol.4,*
- Durmaz dari Kalyoncu. 2014. The Influence Of Cultural Factors On Consumer Buying Behaviour And An Application In Turkey. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing Volume 14 Issue 1 Version 1.0 Year 2014 Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal Publisher: Global Journals Inc. (USA) Online ISSN: 2249-4588 & Print ISSN: 0975-5853,*
- Engel, JF Blackwell. 2014. *Perilaku Konsumen . Jilid 1. Binarupa Aksara, Jakarta*
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen, Semarang, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro*
- Fure. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA. Vol.1, No.3, September 2013: 273-283*
- Grewal dan Levy. 2012 *Marketing, Fourth Edition, The McGraw-Hill, New York*
- Hahn, 2012. *Beriklan dan Berpromosi Sendiri, Gramedia, Pustaka Utama Jakarta.*

- Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE Yogyakarta
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Imelda, Huwaida dan Rofi'i. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada CV Sentral Motor Banjarmasin *Jurnal INTEKNA, Volume 16 , No. 1, Mei 2016: 1-100 ISSN 1412-5609 (Print) ISSN 2443-1060 (Online)*.
- Istiyanto. 2016, Analisis Pengaruh *Brand Image*, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta) *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Jurnal Manajemen Pemasaran ISSN 2549-6018, Vol. 12, No 1 Terakreditasi Jurnal Nasional (Grade 2) oleh Ristekdikti dengan SK No. 21/E/KPT/2018*
- Kartono. 2014. *Kamus Psikologi*. Bandung : Penerbit Pionir Jaya
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran. (Terjemahan)*, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. dan Amrstrong. 2014. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi Ketigabelas Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. dan Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad. 2014. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock dan Wirtz. 2012 *Service Marketing: People, Technology, Strategy*. Amerika: Pearson International
- Lwin dan Aitchison. 2012. *Clueless In Advertising (Rajoe Paul,. Trans.)*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer
- Muharam dan Soliha. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Paper Unisbank Ke 3 (SENDI_U3) 2017. ISBN: 9-789-7936-799-93*.
- Noor, Juliansyah. 2014. . *Penelitian Ilmu Manajemen, Tinjauan Filosofis dan Praktis*. cetakan ke-1. Jakarta: Kencana
- Parasuraman and Grewal, 2015 2000. The Impact of Technology on the Quality-Value-Loyalty Chain: A Research Agenda, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.28 No.1, pp. 168-174
- Perreault dan McCharty. 2012 *Essentials of Marketing: A Global-Managerial Approach*, Tenth Edition, New York: McGraw-Hill
- Poeloe, Sepang dan Samadi. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pada PT. Astra International Tbk, Daihatsu Manado. *Jurnal EMBA Vol.4 No.4 Desember 2016, Hal. 1037 – 1045. ISSN 2303-1174*.

- Priyatno, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset
- Rangkuti, Freddy. 2014 *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rozikin. 2015, Pengaruh Harga, Iklan televisi dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza di Dealer Nasmoco Pemuda Semarang Universitas Pandanaran Semarang, *Jurnal Manajemen ISSN 2502-7689, Vol. 1, No 1 SK no. 0005.25027689/JL.3.1/SK.ISSN/2016.03 - 15 Maret 2016 (mulai edisi Vol. 2, Februari 2016)*
- Saladin, Djaslim. 2012 *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Edisi Ketiga. Bandung : CV.Alfabeta
- Sastradipoetra, Komaruddin. 2013. *Manajemen Marketing*, bandung : K appa-Sigma.
- Sekaran, Uma & Roger Bougie 2016. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons (Metode Penelitian Untuk Bisnis). Jakarta: Salemba Empat. Edisi 6 Jilid 1 & 2
- Shimp, Terence. 2013. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, Henry. 2013. *Paduan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia.
- Sriwardiningsih dan Bharata. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Otomotif. *Jurnal Manajemen Indonesia Vol.16 - No.2 April 2016 E-ISSN:2502-3713 SK Menristekdikti No. 21/E/KPT/2018, Tanggal 2018*
- Subagyo. 2013 *Forecasting Konsep dan Aplikasi Edisi Ketiga*., Yogyakarta : BPFE- Yogyakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD*. Bandung: Alfabeta
- Sumarsono, 2015. *Metode Riset Sumber Daya Manusia* , Jember:Graham Ilmu
- Sumarwan, Ujang. 2013 *Perilaku Konsumen*. PT Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Sunarto. 2011 *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Cetakan Ke-4 Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Center for Academia Publishing Service: Yogyakarta
- Swasta dan Irawan. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern Edisi ke-2*. Yogyakarta: Liberty Offset
- Taylor dan Wills. 2012, “The importance of brand equity to customer loyalty”, *Journal of Product and Brand Management* , Vol. 13 No. 4, pp. 217-227
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian



STEI – SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

Jl. Kayu Jati Raya No.11A, RT.8/RW.3, Rawamangun, Pulo Gadung,
Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING DI DEALER WULING BEKASI SUMMARECON

Yth. Bapak/Ibu/Sdr responden

Dalam rangka penyusunan skripsi, saya membutuhkan data dan informasi terkait. Untuk itu, saya sangat mengharapkan partisipasi Bapak/Ibu/Sdr sebagai responden.

Data Responden

Berikan tanda (X) sesuai dengan data diri Anda :

1. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan

2. Usia
 - a. 17 - 25 tahun
 - b. 26 – 35 tahun
 - c. 36 – 45 tahun
 - d. > 45 tahun

3. Pendidikan terakhir

- a. SLTA
- b. Diploma
- c. S1
- d. S2

4. Pekerjaan

- a. Pelajar / Mahasiswa
- b. Karyawan (swasta/negeri)
- c. Wiraswasa
- d. IRT

5. Pendapatan Pelanggan

- a. 1 juta - < 3 juta
- b. 3 juta - < 5 juta
- c. 5 juta - < 8 juta
- d. > 8 juta

Seluruh jawaban dan informasi yang Anda berikan hanya digunakan untuk keperluan skripsi. Terimakasih atas partisipasi dan respon anda.

Petunjuk pengisian kuesioner

Berilah tanda silang (X) pada kotak yang tersedia untuk masing-masing jawaban pernyataan kuesioner sesuai dengan yang saudara rasakan. Tiap pertanyaan hanya boleh ada satu jawaban.

1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

2 : Tidak Setuju (TS)

3 : Setuju (S)

4 : Sangat Setuju (SS)

Daftar Pernyataan

Berilah tanda (\checkmark) pada pilihan pernyataan pada kolom jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.

No	Pernyataan (Promosi - X_1)	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Merasa puas dengan hadiah/bonus yang didapat setelah membeli mobil Wuling				
2.	Gambar tayangan iklan mobil Wuling lebih mampu memberikan informasi pesan iklan dengan baik kepada konsumen.				
3.	Musik / lagu pengiring iklan (<i>jingle</i>) mobil Wuling yang diperdengarkan lebih sesuai dengan tema dan lebih berkesan buat konsumen.				
4.	Tayangan/gambar iklan mobil Wuling lebih menarik dan atraktif dibandingkan dengan iklan mobil Wuling lain, sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk membelinya.				
5.	Frekuensi/intensitas iklan mobil Wuling di media televisi/radio yang lebih sering ditayangkan/diputar, sehingga mengingatkan konsumen untuk tetap menggunakan mobil Wuling.				
6.	Media iklan (cetak, elektronik dan luar ruang) yang dipakai untuk memasarkan produk mobil Wuling lebih banyak sehingga dapat membantu konsumen mendapatkan informasi.				

No	Pernyataan (Harga- X_3)	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Harga mobil Wuling yang dijual <i>Dealer</i> Wuling Bekasi Summarecon sesuai dengan manfaat produk yang diharapkan konsumen.				
2.	Harga mobil Wuling yang dijual <i>Dealer</i> Wuling Bekasi Summarecon beragam sesuai dengan kualitas merek yang diinginkan.				
3.	Konsumen membeli mobil Wuling yang dijual <i>Dealer</i> Wuling Bekasi Summarecon karena harganya terjangkau.				
4.	Harga mobil Wuling yang dijual sesuai dengan harga pasaran.				
5.	Harga mobil Wuling yang dijual sesuai dengan kualitas dan merek produknya.				

No	Pernyataan (Kualitas Produk – X ₃)	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Mobil Wuling memiliki penampilan produk yang menarik				
2.	Mobil Wuling cocok untuk segala masyarakat.				
3.	Kualitas mobil Wuling memiliki kesesuaian dengan yang ditawarkan melalui iklan.				
4.	Mobil Wuling aman digunakan karena sesuai dengan aturan Gaikindo				
5.	Mobil Wuling tidak menimbulkan masalah pada saat berkendara				
6.	Konsumen selalu merasa nyaman setiap memakai mobil Wuling.				
7.	Produk mobil Wuling memiliki jaminan asuransi yang lama.				
8.	Desain mobil Wuling unik.				
9.	Warna mobil Wuling menarik.				
10.	Mobil Wuling memiliki reputasi yang kuat bagi kalangan tertentu				

No	Pernyataan (Keputusan Pembelian– Y)	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Konsumen memilih produk mobil Wuling berdasarkan kualitas produk.				
2.	Konsumen memilih produk mobil Wuling berdasarkan reputasi merek.				
3.	Konsumen memutuskan untuk membeli produk mobil Wuling di penyalur <i>Dealer</i> Wuling Bekasi Summarecon .				
4.	Konsumen memutuskan membeli mobil Wuling berdasarkan waktu pembelian sesuai dengan kebutuhan.				
5.	Keragaman produk mempengaruhi konsumen dalam membeli mobil Wuling dengan jumlah yang banyak				

Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Uji Coba Variabel Promosi

No	Uji Coba Variabel X1						X1
	1	2	3	4	5	6	
1	4	3	4	4	4	4	23
2	4	4	3	3	3	3	20
3	2	3	3	3	3	3	17
4	3	3	4	4	4	4	22
5	2	3	3	3	3	3	17
6	2	3	3	3	3	3	17
7	3	4	3	3	3	4	20
8	3	3	3	4	4	4	21
9	3	4	4	3	4	4	22
10	3	3	3	3	4	4	20
11	3	3	3	3	3	3	18
12	2	4	3	3	3	3	18
13	4	4	3	3	3	3	20
14	3	4	4	4	4	4	23
15	4	4	4	4	4	4	24
16	1	4	3	3	3	4	18
17	1	2	3	3	2	2	13
18	1	2	2	2	3	2	12
19	3	3	4	2	3	4	19
20	1	1	3	3	3	1	12
21	1	3	2	3	1	1	11
22	2	4	3	2	3	3	17
23	2	3	4	4	3	4	20
24	2	3	2	3	3	2	15
25	1	3	2	4	1	2	13
26	2	3	2	3	2	3	15
27	3	4	4	4	3	3	21
28	3	4	3	3	2	1	16
29	2	4	4	3	4	3	20
30	2	3	2	1	2	2	12
	72	98	93	93	90	90	536

Lampiran 3. Tabulasi Data Hasil Uji Coba Variabel Harga

No	Uji Coba Variabel X2					X2
	1	2	3	4	5	
1	4	3	4	3	4	18
2	4	4	3	4	3	18
3	2	3	3	2	3	13
4	3	3	4	2	4	16
5	2	3	3	2	3	13
6	2	3	3	4	3	15
7	3	4	3	3	3	16
8	3	3	3	4	4	17
9	3	4	4	4	3	18
10	3	3	3	3	3	15
11	3	3	3	4	3	16
12	2	4	3	3	3	15
13	4	4	3	4	3	18
14	3	4	4	4	4	19
15	4	4	4	4	4	20
16	1	4	3	4	3	15
17	1	2	3	3	3	12
18	1	2	2	4	2	11
19	3	3	4	4	2	16
20	1	1	3	3	3	11
21	1	3	2	3	3	12
22	2	4	3	4	2	15
23	2	3	4	4	4	17
24	2	3	2	3	3	13
25	1	3	2	3	4	13
26	2	3	2	3	3	13
27	3	4	4	4	4	19
28	3	4	3	4	3	17
29	2	4	4	4	3	17
30	2	3	2	4	1	12
	72	98	93	104	93	460

Lampiran 4. Tabulasi Data Hasil Uji Coba Variabel Kualitas Produk

No	Uji Coba Variabel X3										X3
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	35
2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	37
5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
6	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
7	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
8	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	34
9	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	36
10	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
12	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	31
13	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	33
14	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	3	4	3	3	3	4	3	1	4	3	31
17	3	2	3	3	3	2	3	1	2	3	25
18	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	19
19	4	4	2	4	2	3	4	3	3	2	31
20	3	1	3	3	3	1	3	1	1	3	22
21	2	1	3	2	3	3	2	1	3	3	23
22	3	3	2	3	2	4	3	2	4	2	28
23	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	36
24	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	25
25	2	2	4	2	4	3	2	1	3	4	27
26	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	26
27	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
28	3	1	3	3	3	4	3	3	4	3	30
29	4	3	3	4	3	4	4	2	4	3	34
30	2	2	1	2	1	3	2	3	4	1	21
	93	89	93	91	93	98	93	73	99	93	915

Lampiran 5. Tabulasi Data Hasil Uji Coba Variabel Keputusan Pembelian

No	Uji Coba Variabel Y					Y
	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	3	4	19
2	3	3	4	4	3	17
3	3	3	2	3	3	14
4	4	4	3	3	4	18
5	3	3	2	3	3	14
6	3	3	2	3	3	14
7	3	4	3	4	3	17
8	4	4	3	3	3	17
9	4	4	3	4	4	19
10	4	4	3	3	3	17
11	3	3	3	3	3	15
12	3	3	2	4	3	15
13	3	3	4	4	3	17
14	4	4	3	4	4	19
15	4	4	4	4	4	20
16	3	4	1	4	3	15
17	2	2	1	2	3	10
18	3	2	1	2	2	10
19	3	4	3	3	4	17
20	3	1	1	1	3	9
21	1	1	1	3	2	8
22	3	3	2	4	3	15
23	3	4	2	3	4	16
24	3	2	2	3	2	12
25	1	2	1	3	2	9
26	2	3	2	3	2	12
27	3	3	3	4	4	17
28	2	1	3	4	3	13
29	4	3	2	4	4	17
30	2	2	2	3	2	11
	90	90	72	98	93	443

Lampiran 6. Rekapitulasi Data Berpasangan Hasil Uji Coba
Variabel $X_1X_2X_3Y$

No	Data Berpasnagan Sebelum Uji Validitas dan Reliabilitas			
	X1	X2	X3	Y
1	23	18	35	19
2	20	18	33	17
3	17	13	29	14
4	22	16	37	18
5	17	13	29	14
6	17	15	29	14
7	20	16	33	17
8	21	17	34	17
9	22	18	36	19
10	20	15	31	17
11	18	16	30	15
12	18	15	31	15
13	20	18	33	17
14	23	19	39	19
15	24	20	40	20
16	18	15	31	15
17	13	12	25	10
18	12	11	19	10
19	19	16	31	17
20	12	11	22	9
21	11	12	23	8
22	17	15	28	15
23	20	17	36	16
24	15	13	25	12
25	13	13	27	9
26	15	13	26	12
27	21	19	38	17
28	16	17	30	13
29	20	17	34	17
30	12	12	21	11

Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Correlations

		Correlations						
		x1_1	x1_2	x1_3	x1_4	x1_5	x1_6	tot_x1
x1_1	Pearson Correlation	1	,520**	,540**	,290	,557**	,544**	,798**
	Sig. (2-tailed)		,003	,002	,120	,001	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x1_2	Pearson Correlation	,520**	1	,340	,144	,225	,427*	,596**
	Sig. (2-tailed)	,003		,066	,448	,233	,019	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
x1_3	Pearson Correlation	,540**	,340	1	,456*	,700**	,641**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,002	,066		,011	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x1_4	Pearson Correlation	,290	,144	,456*	1	,292	,345	,544**
	Sig. (2-tailed)	,120	,448	,011		,118	,062	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30
x1_5	Pearson Correlation	,557**	,225	,700**	,292	1	,718**	,800**
	Sig. (2-tailed)	,001	,233	,000	,118		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x1_6	Pearson Correlation	,544**	,427*	,641**	,345	,718**	1	,848**
	Sig. (2-tailed)	,002	,019	,000	,062	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
tot_x1	Pearson Correlation	,798**	,596**	,820**	,544**	,800**	,848**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,002	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Correlations

		Correlations					
		x2_1	x2_2	x2_3	x2_4	x2_5	tot_x2
x2_1	Pearson Correlation	1	,520**	,540**	,230	,290	,824**
	Sig. (2-tailed)		,003	,002	,222	,120	,000
	N	30	30	30	30	30	30
x2_2	Pearson Correlation	,520**	1	,340	,360	,144	,719**
	Sig. (2-tailed)	,003		,066	,050	,448	,000
	N	30	30	30	30	30	30
x2_3	Pearson Correlation	,540**	,340	1	,185	,456*	,760**
	Sig. (2-tailed)	,002	,066		,328	,011	,000
	N	30	30	30	30	30	30
x2_4	Pearson Correlation	,230	,360	,185	1	-,171	,463**
	Sig. (2-tailed)	,222	,050	,328		,367	,010
	N	30	30	30	30	30	30
x2_5	Pearson Correlation	,290	,144	,456*	-,171	1	,513**
	Sig. (2-tailed)	,120	,448	,011	,367		,004
	N	30	30	30	30	30	30
tot_x2	Pearson Correlation	,824**	,719**	,760**	,463**	,513**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,010	,004	
	N	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Correlations

		Correlations										
		x3 1	x3 2	x3 3	x3 4	x3 5	x3 6	x3 7	x3 8	x3 9	x3 10	tot x3
x3_1	Pearson Correlation	1	,608**	,456*	,870**	,456*	,340	1,000**	,484**	,265	,456*	,840**
	Sig. (2-tailed)		,000	,011	,000	,011	,066	,000	,007	,157	,011	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x3_2	Pearson Correlation	,608**	1	,306	,599**	,306	,448*	,608**	,458*	,396*	,306	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000		,100	,000	,100	,013	,000	,011	,030	,100	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x3_3	Pearson Correlation	,456*	,306	1	,330	1,000**	,144	,456*	,184	,006	1,000**	,669**
	Sig. (2-tailed)	,011	,100		,075	,000	,448	,011	,329	,973	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x3_4	Pearson Correlation	,870**	,599**	,330	1	,330	,372*	,870**	,324	,301	,330	,752**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,075		,075	,043	,000	,080	,106	,075	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x3_5	Pearson Correlation	,456*	,306	1,000**	,330	1	,144	,456*	,184	,006	1,000**	,669**
	Sig. (2-tailed)	,011	,100	,000	,075		,448	,011	,329	,973	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x3_6	Pearson Correlation	,340	,448*	,144	,372*	,144	1	,340	,505**	,970**	,144	,640**
	Sig. (2-tailed)	,066	,013	,448	,043	,448		,066	,004	,000	,448	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x3_7	Pearson Correlation	1,000**	,608**	,456*	,870**	,456*	,340	1	,484**	,265	,456*	,840**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,011	,000	,011	,066		,007	,157	,011	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x3_8	Pearson Correlation	,484**	,458*	,184	,324	,184	,505**	,484**	1	,526**	,184	,648**
	Sig. (2-tailed)	,007	,011	,329	,080	,329	,004	,007		,003	,329	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x3_9	Pearson Correlation	,265	,396*	,006	,301	,006	,970**	,265	,526**	1	,006	,550**
	Sig. (2-tailed)	,157	,030	,973	,106	,973	,000	,157	,003		,973	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x3_10	Pearson Correlation	,456*	,306	1,000**	,330	1,000**	,144	,456*	,184	,006	1	,669**
	Sig. (2-tailed)	,011	,100	,000	,075	,000	,448	,011	,329	,973		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
tot_x3	Pearson Correlation	,840**	,739**	,669**	,752**	,669**	,640**	,840**	,648**	,550**	,669**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Correlations

		Correlations					
		y_1	y_2	y_3	y_4	y_5	tot_y
y_1	Pearson Correlation	1	,718**	,557**	,225	,700**	,818**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,233	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
y_2	Pearson Correlation	,718**	1	,544**	,427*	,641**	,859**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,019	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
y_3	Pearson Correlation	,557**	,544**	1	,520**	,540**	,816**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002		,003	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30
y_4	Pearson Correlation	,225	,427*	,520**	1	,340	,624**
	Sig. (2-tailed)	,233	,019	,003		,066	,000
	N	30	30	30	30	30	30
y_5	Pearson Correlation	,700**	,641**	,540**	,340	1	,805**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,066		,000
	N	30	30	30	30	30	30
tot_y	Pearson Correlation	,818**	,859**	,816**	,624**	,805**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kesimpulan Hasil Keseluruhan Uji Validitas

No	Pernyataan	r _{hitung} Variabel X ₁	r _{hitung} Variabel X ₂	r _{hitung} Variabel X ₃	r _{hitung} Variabel Y	r _{kritis}	Keterangan
1	Q1	0,798	0,824	0,840	0,818	0,30	Valid
2	Q2	0,596	0,719	0,739	0,859	0,30	Valid
3	Q3	0,820	0,760	0,669	0,816	0,30	Valid
4	Q4	0,544	0,463	0,752	0,624	0,30	Valid
5	Q5	0,800	0,513	0,669	0,805	0,30	Valid
6	Q6	0,848		0,640		0,30	Valid
7	Q7			0,840		0,30	Valid
8	Q8			0,648		0,30	Valid
9	Q9			0,550		0,30	Valid
10	Q10			0,669		0,30	Valid

Sumber : data olahan SPSS (2019)

Dari semua butir pernyataan yang diuji seluruhnya memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{kritis} 0,30. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa seluruh butir pernyataan dalam penelitian ini adalah valid.

Lampiran 11. Hasil Uji Realibilitas Variabel Penelitian

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,833	6

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,681	5

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	10

Reliability
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	5

Tabel Hasil Keseluruhan Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	>/<	Tetapan	Keterangan
Promosi (X ₁)	0,833	>	0,60	<i>Reliabel</i>
Harga (X ₂)	0,681	>	0,60	<i>Reliabel</i>
Kualitas Produk (X ₃)	0,881	>	0,60	<i>Reliabel</i>
Keputusan Pembelian (Y)	0,844	>	0,60	<i>Reliabel</i>

Dari tabel output hasil uji reliabilitas di atas terlihat nilai *Alpha Cronbach* untuk keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini adalah reliabel.

Lampiran 12. Tabulasi Data Penelitian Variabel Promosi

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

No	Pernyataan variabel X1						X1
	1	2	3	4	5	6	
47	3	3	4	4	3	3	20
48	4	4	3	3	4	3	21
49	4	4	3	3	4	4	22
50	3	3	4	4	4	4	22
51	4	3	3	3	3	3	19
52	3	4	3	4	4	4	22
53	4	4	4	2	4	3	21
54	4	3	3	3	3	3	19
55	2	3	3	4	4	4	20
56	4	3	3	3	4	4	21
57	4	4	4	4	4	4	24
58	3	4	4	4	4	4	23
59	3	4	3	3	3	4	20
60	3	3	3	4	3	3	19
61	2	2	3	2	3	3	15
62	3	2	3	4	4	4	20
63	3	4	4	2	4	4	21
64	4	3	4	4	3	4	22
65	4	4	3	3	4	4	22
66	3	3	2	2	3	3	16
67	4	3	3	3	4	4	21
68	3	4	4	4	4	4	23
69	3	4	4	4	3	3	21
70	4	4	3	3	4	4	22
71	3	3	3	3	3	3	18
72	4	2	4	3	4	4	21
73	4	3	4	4	4	4	23
74	4	4	3	3	3	3	20
75	3	3	3	4	3	3	19
76	2	4	4	3	3	3	19
77	3	2	4	4	3	3	19
78	3	2	3	3	3	3	17
79	3	2	3	4	3	3	18
80	3	4	3	3	3	3	19
81	3	3	4	3	4	4	21
82	4	4	3	3	3	3	20
83	3	4	3	3	4	4	21
84	4	3	4	4	3	3	21
85	3	4	2	3	4	4	20
86	4	3	3	4	4	4	22
87	3	4	3	3	4	4	21
88	4	4	4	3	3	3	21
89	3	4	3	4	4	4	22
90	4	3	3	2	3	3	18
91	3	3	3	3	3	3	18
92	4	3	2	4	4	4	21
93	4	2	3	3	3	3	18
94	3	2	3	3	3	3	17

No	Pernyataan variabel X1						X1
	1	2	3	4	5	6	
95	3	2	2	3	3	3	16
96	2	3	3	4	4	4	20
97	4	4	3	3	4	4	22
98	4	3	4	4	3	4	22
99	3	4	4	3	4	4	22
100	4	3	2	4	3	4	20
101	4	4	4	4	4	3	23
102	4	3	3	3	4	2	19
103	3	4	4	4	4	4	23
104	4	3	2	3	3	4	19
105	3	4	3	3	4	3	20
106	3	3	4	4	3	3	20
107	4	4	3	3	4	3	21
108	4	4	3	3	4	4	22
109	3	3	4	4	4	4	22
110	4	4	3	3	4	3	21
111	4	4	3	3	4	4	22
112	3	3	4	4	4	4	22
113	4	3	3	3	3	3	19
114	3	4	3	4	4	4	22
115	3	3	4	4	4	4	22
116	4	3	3	3	3	3	19
117	3	4	3	4	4	4	22
118	3	4	4	3	3	4	21
	401	391	382	394	403	410	2381

Lampiran 13. Tabulasi Data Penelitian Variabel Harga

No	Penryataan variabel X2					X2
	1	2	3	4	5	
1	3	4	4	2	3	16
2	3	4	4	4	3	18
3	4	3	3	4	2	16
4	3	4	4	2	2	15
5	3	4	4	4	1	16
6	3	4	3	3	3	16
7	4	3	2	2	1	12
8	4	3	3	3	1	14
9	4	4	4	4	2	18
10	4	3	4	4	2	17
11	4	4	3	3	3	17
12	3	3	3	3	1	13
13	4	4	4	3	2	17
14	4	4	4	4	2	18
15	4	4	3	3	3	17
16	3	4	3	4	1	15
17	4	3	4	3	2	16
18	4	3	4	4	1	16
19	4	3	3	3	2	15
20	4	3	3	4	3	17
21	3	3	3	3	2	14
22	4	3	4	3	3	17
23	4	4	3	3	2	16
24	4	4	3	3	2	16
25	4	4	4	4	2	18
26	4	3	2	3	3	15
27	4	4	3	4	3	18
28	4	4	3	3	1	15
29	4	4	4	3	2	17
30	4	4	3	4	3	18
31	3	4	3	2	2	14
32	3	3	3	3	3	15
33	3	3	2	4	3	15
34	4	3	3	3	3	16
35	4	3	3	3	2	15
36	3	4	2	3	1	13
37	3	3	3	4	3	16
38	4	4	3	3	2	16
39	4	4	4	4	2	18
40	4	4	4	3	2	17
41	4	4	2	4	3	17
42	4	4	4	4	2	18
43	4	4	3	3	1	15
44	4	4	4	4	3	19
45	4	4	2	3	2	15
46	4	4	3	3	2	16

No	Penryataan variabel X2					X2
	1	2	3	4	5	
47	4	3	4	4	2	17
48	4	4	3	3	2	16
49	4	4	3	3	3	17
50	4	4	4	4	1	17
51	4	4	3	3	2	16
52	4	4	3	4	2	17
53	4	4	4	2	2	16
54	4	4	3	3	2	16
55	4	4	3	4	2	17
56	4	4	3	3	2	16
57	4	4	4	4	2	18
58	4	4	4	4	3	19
59	4	4	3	3	2	16
60	3	3	3	4	2	15
61	4	4	3	2	2	15
62	4	3	3	4	2	16
63	3	4	4	2	2	15
64	3	4	4	4	1	16
65	3	4	3	3	3	16
66	4	3	2	2	1	12
67	4	3	3	3	1	14
68	4	4	4	4	2	18
69	4	3	4	4	2	17
70	4	4	3	3	3	17
71	3	3	3	3	1	13
72	4	4	4	3	2	17
73	4	4	4	4	2	18
74	4	4	3	3	3	17
75	3	4	3	4	1	15
76	4	3	4	3	2	16
77	4	3	4	4	1	16
78	4	3	3	3	2	15
79	4	3	3	4	3	17
80	3	3	3	3	2	14
81	4	3	4	3	3	17
82	4	4	3	3	2	16
83	4	4	3	3	2	16
84	4	4	4	4	2	18
85	4	3	2	3	3	15
86	4	4	3	4	3	18
87	4	4	3	3	1	15
88	4	4	4	3	2	17
89	4	4	3	4	3	18
90	3	4	3	2	2	14
91	3	3	3	3	3	15
92	3	3	2	4	3	15
93	4	3	3	3	3	16
94	4	3	3	3	2	15

No	Penryataan variabel X2					X2
	1	2	3	4	5	
95	3	4	2	3	1	13
96	3	3	3	4	3	16
97	4	4	3	3	2	16
98	4	4	4	4	2	18
99	4	4	4	3	2	17
100	4	4	2	4	3	17
101	4	4	4	4	2	18
102	4	4	3	3	1	15
103	4	4	4	4	3	19
104	4	4	2	3	2	15
105	4	4	3	3	2	16
106	4	3	4	4	2	17
107	4	4	3	3	2	16
108	4	4	3	3	3	17
109	4	4	4	4	1	17
110	4	4	3	3	2	16
111	4	4	3	3	3	17
112	4	4	4	4	1	17
113	4	4	3	3	2	16
114	4	4	3	4	2	17
115	4	4	4	4	1	17
116	4	4	3	3	2	16
117	4	4	3	4	2	17
118	4	4	4	3	2	17
	447	435	384	393	248	1907

Lampiran 14. Tabulasi Data Penelitian Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan variabel X3										X3
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	3	2	2	4	4	4	4	2	4	32
2	3	4	2	4	3	3	3	4	4	4	34
3	4	4	2	3	1	3	3	3	4	4	31
4	4	3	2	3	3	4	4	4	2	4	33
5	4	4	1	3	1	4	4	4	4	3	32
6	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	35
7	3	2	1	3	1	3	2	2	2	3	22
8	4	4	1	3	4	4	3	3	3	4	33
9	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	37
10	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	33
11	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	35
12	3	3	1	4	4	3	3	3	3	3	30
13	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	37
14	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	36
15	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	33
16	3	3	1	3	4	3	3	3	4	3	30
17	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	31
18	3	3	1	3	4	3	4	4	4	3	32
19	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	29
20	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
21	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	30
22	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	36
23	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	31
24	4	3	2	4	4	4	3	3	3	4	34
25	3	4	2	4	4	3	4	4	4	3	35
26	4	3	3	3	3	4	2	2	3	4	31
27	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	37
28	4	3	1	4	4	4	3	3	3	4	33
29	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3	32
30	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
31	3	4	2	4	4	3	3	3	2	3	31
32	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
33	4	3	3	3	4	4	2	2	4	4	33
34	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	32
35	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	31
36	3	3	1	4	3	3	2	2	3	3	27
37	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	36
38	4	3	2	4	4	4	3	3	3	4	34
39	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	36
40	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	36
41	3	4	3	4	3	4	2	2	4	3	32
42	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	36
43	4	3	1	3	4	2	3	3	3	4	30
44	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
45	3	4	2	4	4	4	2	2	3	3	31

No	Pernyataan variabel X3										X3
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
46	4	3	2	4	4	3	3	3	3	4	33
47	3	4	2	3	4	3	4	4	4	3	34
48	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	32
49	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	36
50	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	35
51	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	32
52	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	35
53	4	4	2	3	4	3	4	4	2	4	34
54	3	2	2	4	4	3	3	3	3	3	30
55	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	36
56	4	2	2	4	4	4	3	3	3	4	33
57	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	37
58	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
59	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	30
60	3	3	2	4	4	3	3	3	4	3	32
61	3	2	2	4	4	3	3	3	2	3	29
62	4	3	2	3	4	4	3	3	4	4	34
63	4	3	2	3	3	4	4	4	2	4	33
64	4	4	1	4	4	4	4	4	4	3	36
65	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	36
66	3	2	1	3	4	3	2	2	2	3	25
67	4	4	1	3	4	4	3	3	3	4	33
68	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	37
69	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	33
70	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	35
71	3	3	1	4	4	3	3	3	3	3	30
72	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	37
73	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	36
74	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	33
75	3	3	1	3	4	3	3	3	4	3	30
76	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	31
77	3	3	1	3	4	3	4	4	4	3	32
78	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	29
79	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
80	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	30
81	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	36
82	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	31
83	4	3	2	4	4	4	3	3	3	4	34
84	3	4	2	4	4	3	4	4	4	3	35
85	4	3	3	3	3	4	2	2	3	4	31
86	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	37
87	4	3	1	4	4	4	3	3	3	4	33
88	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3	32
89	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
90	3	4	2	4	4	3	3	3	2	3	31
91	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
92	4	3	3	3	4	4	2	2	4	4	33

No	Pernyataan variabel X3										X3
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
93	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	32
94	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	31
95	3	3	1	4	3	3	2	2	3	3	27
96	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	36
97	4	3	2	4	4	4	3	3	3	4	34
98	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	36
99	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	36
100	3	4	3	4	3	4	2	2	4	3	32
101	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	36
102	4	3	1	3	4	2	3	3	3	4	30
103	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
104	3	4	2	4	4	4	2	2	3	3	31
105	4	3	2	4	4	3	3	3	3	4	33
106	3	4	2	3	4	3	4	4	4	3	34
107	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	32
108	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	36
109	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	35
110	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	32
111	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	36
112	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	35
113	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	32
114	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	35
115	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	35
116	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	32
117	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	35
118	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	34
	423	393	246	411	444	414	383	384	393	418	3909

Lampiran 15. Tabulasi Data Penelitian Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan variabel Y					Y
	1	2	3	4	5	
1	3	4	3	2	3	15
2	3	2	3	2	2	12
3	3	4	4	2	2	15
4	4	2	4	2	4	16
5	4	4	3	1	3	15
6	3	3	4	3	4	17
7	2	2	3	1	3	11
8	3	3	4	1	3	14
9	4	4	4	2	4	18
10	4	4	3	2	4	17
11	3	3	4	3	4	17
12	3	3	3	1	3	13
13	4	3	4	2	2	15
14	4	4	4	2	3	17
15	3	3	3	3	4	16
16	3	4	3	1	3	14
17	4	3	3	2	4	16
18	4	4	3	1	2	14
19	3	3	3	2	2	13
20	3	4	3	3	2	15
21	3	3	3	2	4	15
22	4	3	4	3	3	17
23	3	3	3	2	4	15
24	3	3	4	2	4	16
25	4	4	3	2	3	16
26	2	3	4	3	4	16
27	3	4	4	3	3	17
28	3	3	4	1	4	15
29	4	3	3	2	4	16
30	3	4	4	3	4	18
31	3	2	3	2	3	13
32	3	3	3	3	3	15
33	2	4	4	3	3	16
34	3	3	3	3	2	14
35	3	3	3	2	2	13
36	2	3	3	1	2	11
37	3	4	4	3	3	17
38	3	3	4	2	4	16
39	4	4	3	2	3	16
40	4	3	4	2	4	17
41	2	4	3	3	3	15
42	4	4	4	2	4	18
43	3	3	4	1	3	14
44	4	4	4	3	4	19
45	2	3	3	2	3	13
46	3	3	4	2	4	16

No	Pernyataan variabel Y					Y
	1	2	3	4	5	
47	4	4	3	2	3	16
48	3	3	4	2	4	16
49	3	3	4	3	4	17
50	4	4	4	1	3	16
51	3	3	3	2	3	14
52	3	4	4	2	4	17
53	4	2	4	2	4	16
54	3	3	3	2	3	14
55	3	4	4	2	3	16
56	3	3	4	2	3	15
57	4	4	4	2	4	18
58	4	4	4	3	4	19
59	3	3	3	2	4	15
60	3	4	3	2	3	15
61	3	2	3	2	2	12
62	3	4	4	2	2	15
63	4	2	4	2	4	16
64	4	4	3	1	3	15
65	3	3	4	3	4	17
66	2	2	3	1	3	11
67	3	3	4	1	3	14
68	4	4	4	2	4	18
69	4	4	3	2	4	17
70	3	3	4	3	4	17
71	3	3	3	1	3	13
72	4	3	4	2	2	15
73	4	4	4	2	3	17
74	3	3	3	3	4	16
75	3	4	3	1	3	14
76	4	3	3	2	4	16
77	4	4	3	1	2	14
78	3	3	3	2	2	13
79	3	4	3	3	2	15
80	3	3	3	2	4	15
81	4	3	4	3	3	17
82	3	3	3	2	4	15
83	3	3	4	2	4	16
84	4	4	3	2	3	16
85	2	3	4	3	4	16
86	3	4	4	3	3	17
87	3	3	4	1	4	15
88	4	3	3	2	4	16
89	3	4	4	3	4	18
90	3	2	3	2	3	13
91	3	3	3	3	3	15
92	2	4	4	3	3	16
93	3	3	3	3	2	14
94	3	3	3	2	2	13

No	Pernyataan variabel Y					Y
	1	2	3	4	5	
95	2	3	3	1	2	11
96	3	4	4	3	3	17
97	3	3	4	2	4	16
98	4	4	3	2	3	16
99	4	3	4	2	4	17
100	2	4	3	3	3	15
101	4	4	4	2	4	18
102	3	3	4	1	3	14
103	4	4	4	3	4	19
104	2	3	3	2	3	13
105	3	3	4	2	4	16
106	4	4	3	2	3	16
107	3	3	4	2	4	16
108	3	3	4	3	4	17
109	4	4	4	1	3	16
110	3	3	4	2	4	16
111	3	3	4	3	4	17
112	4	4	4	1	3	16
113	3	3	3	2	3	14
114	3	4	4	2	4	17
115	4	4	4	1	3	16
116	3	3	3	2	3	14
117	3	4	4	2	4	17
118	4	3	3	2	4	16
	382	393	416	246	388	1825

Lampiran 16. Tabulasi Total Data Variabel Berpasangan X_1 X_2 X_3 dan Y

No	Data Berpasnagan			
	X1	X2	X3	Y
1	17	16	32	15
2	17	18	34	12
3	20	16	31	15
4	21	15	33	16
5	19	16	32	15
6	19	16	35	17
7	16	12	22	11
8	21	14	33	14
9	23	18	37	18
10	21	17	33	17
11	22	17	35	17
12	18	13	30	13
13	21	17	37	15
14	23	18	36	17
15	20	17	33	16
16	19	15	30	14
17	19	16	31	16
18	19	16	32	14
19	17	15	29	13
20	18	17	31	15
21	19	14	30	15
22	18	17	36	17
23	21	16	31	15
24	17	16	34	16
25	21	18	35	16
26	20	15	31	16
27	22	18	37	17
28	21	15	33	15
29	21	17	32	16
30	22	18	36	18
31	18	14	31	13
32	18	15	31	15
33	21	15	33	16
34	18	16	32	14
35	17	15	31	13
36	16	13	27	11
37	20	16	36	17
38	22	16	34	16
39	22	18	36	16
40	22	17	36	17
41	20	17	32	15
42	23	18	36	18
43	19	15	30	14
44	23	19	39	19
45	19	15	31	13
46	20	16	33	16

No	Data Berpasnagan			
	X1	X2	X3	Y
47	20	17	34	16
48	21	16	32	16
49	22	17	36	17
50	22	17	35	16
51	19	16	32	14
52	22	17	35	17
53	21	16	34	16
54	19	16	30	14
55	20	17	36	16
56	21	16	33	15
57	24	18	37	18
58	23	19	38	19
59	20	16	30	15
60	19	15	32	15
61	15	15	29	12
62	20	16	34	15
63	21	15	33	16
64	22	16	36	15
65	22	16	36	17
66	16	12	25	11
67	21	14	33	14
68	23	18	37	18
69	21	17	33	17
70	22	17	35	17
71	18	13	30	13
72	21	17	37	15
73	23	18	36	17
74	20	17	33	16
75	19	15	30	14
76	19	16	31	16
77	19	16	32	14
78	17	15	29	13
79	18	17	31	15
80	19	14	30	15
81	21	17	36	17
82	20	16	31	15
83	21	16	34	16
84	21	18	35	16
85	20	15	31	16
86	22	18	37	17
87	21	15	33	15
88	21	17	32	16
89	22	18	36	18
90	18	14	31	13
91	18	15	31	15
92	21	15	33	16
93	18	16	32	14
94	17	15	31	13

No	Data Berpasnagan			
	X1	X2	X3	Y
95	16	13	27	11
96	20	16	36	17
97	22	16	34	16
98	22	18	36	16
99	22	17	36	17
100	20	17	32	15
101	23	18	36	18
102	19	15	30	14
103	23	19	39	19
104	19	15	31	13
105	20	16	33	16
106	20	17	34	16
107	21	16	32	16
108	22	17	36	17
109	22	17	35	16
110	21	16	32	16
111	22	17	36	17
112	22	17	35	16
113	19	16	32	14
114	22	17	35	17
115	22	17	35	16
116	19	16	32	14
117	22	17	35	17
118	21	17	34	16
	2381	1907	3909	1825

Lampiran 17. Deskripsi Data

Descriptives

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
x1_1	118	2,00	2,00	4,00	401,00	3,3983	,58675
x1_2	118	2,00	2,00	4,00	391,00	3,3136	,71252
x1_3	118	2,00	2,00	4,00	382,00	3,2373	,64950
x1_4	118	2,00	2,00	4,00	394,00	3,3390	,61631
x1_5	118	3,00	1,00	4,00	403,00	3,4153	,69585
x1_6	118	3,00	1,00	4,00	410,00	3,4746	,59502
x2_1	118	1,00	3,00	4,00	447,00	3,7881	,41037
x2_2	118	1,00	3,00	4,00	435,00	3,6864	,46592
x2_3	118	2,00	2,00	4,00	384,00	3,2542	,62956
x2_4	118	2,00	2,00	4,00	393,00	3,3305	,61401
x2_5	118	2,00	1,00	3,00	248,00	2,1017	,68425
x3_1	118	1,00	3,00	4,00	423,00	3,5847	,49487
x3_2	118	2,00	2,00	4,00	393,00	3,3305	,61401
x3_3	118	2,00	1,00	3,00	246,00	2,0847	,67401
x3_4	118	2,00	2,00	4,00	411,00	3,4831	,51860
x3_5	118	3,00	1,00	4,00	444,00	3,7627	,57998
x3_6	118	2,00	2,00	4,00	414,00	3,5085	,53503
x3_7	118	2,00	2,00	4,00	383,00	3,2458	,62616
x3_8	118	2,00	2,00	4,00	384,00	3,2542	,62956
x3_9	118	2,00	2,00	4,00	393,00	3,3305	,61401
x3_10	118	1,00	3,00	4,00	418,00	3,5424	,50033
y_1	118	2,00	2,00	4,00	382,00	3,2373	,62262
y_2	118	2,00	2,00	4,00	393,00	3,3305	,61401
y_3	118	1,00	3,00	4,00	416,00	3,5254	,50148
y_4	118	2,00	1,00	3,00	246,00	2,0847	,67401
y_5	118	2,00	2,00	4,00	388,00	3,2881	,71733
Valid N (listwise)	118						

Pernyataan terendah untuk masing-masing variabel yaitu :

1. Dilihat dari nilai total dan mean X_1 nomor 3 dengan nilai sebesar 382 dan 3,2373.
2. Dilihat dari nilai total dan mean X_2 nomor 5 dengan nilai sebesar 248 dan 2,1017.
3. Dilihat dari nilai total dan mean X_3 nomor 3 dengan nilai sebesar 246 dan 2,0847.
4. Dilihat dari nilai total dan mean Y nomor 4 dengan nilai sebesar 246 dan 2,0847.

Lampiran 18. Koefisien Determinasi Parsial
Partial Corr

Correlations			Promosi (X1)	Keputusan Pembelian (Y)
Control Variables				
Harga (X2)	Promosi (X1)	Correlation	1,000	,651
		Significance (2-tailed)	.	,000
		df	0	115
	Keputusan Pembelian (Y)	Correlation	,651	1,000
		Significance (2-tailed)	,000	.
		df	115	0

Partial Corr

Correlations			Harga (X2)	Keputusan Pembelian (Y)
Control Variables				
Kualitas Produk (X3)	Harga (X2)	Correlation	1,000	,506
		Significance (2-tailed)	.	,000
		df	0	115
	Keputusan Pembelian (Y)	Correlation	,506	1,000
		Significance (2-tailed)	,000	.
		df	115	0

Partial Corr

Correlations			Kualitas Produk (X3)	Keputusan Pembelian (Y)
Control Variables				
Promosi (X1)	Kualitas Produk (X3)	Correlation	1,000	,500
		Significance (2-tailed)	.	,000
		df	0	115
	Keputusan Pembelian (Y)	Correlation	,500	1,000
		Significance (2-tailed)	,000	.
		df	115	0

Lampiran 19. Koefisien Determinasi Simultan Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Produk (X3), Promosi (X1), Harga (X2) ^b		Enter

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,888 ^a	,788	,782	,79911

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X3), Promosi (X1), Harga (X2)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	270,566	3	90,189	141,233	,000 ^b
	Residual	72,798	114	,639		
	Total	343,364	117			

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X3), Promosi (X1), Harga (X2)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,899	,910		3,185	,002
	Promosi (X1)	,397	,064	,444	6,189	,000
	Harga (X2)	,299	,092	,247	3,247	,002
	Kualitas Produk (X3)	,167	,056	,273	2,982	,003

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI

Data Pribadi

Nama : Mutia Nurani
NPM : 21150000068
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 16 November 1996
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Pondok Ungu Permai Blok D 15 No 18
RT. 008 RW. 013 Bekasi Utara
Telepon : 081398362877
Email : mutiaanurani@gmail.com

Pendidikan Formal

2003-2009 : SDN Kaliabang Tengah 07 Bekasi
2009-2012 : SMPN 19 Bekasi
2012-2015 : SMAN 10 Bekasi
2015 – Sekarang : STIE INDONESIA JAKARTA

Pengalaman Organisasi

2009 – 2012 : - Anggota Team Bola Volley SMPN 19 Bekasi
- Anggota MPK SMPN 19 Bekasi
2012 – 2013 : Anggota Team Bola Volley SMAN 10 Bekasi