

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk lipstik Revlon di Yogyakarta. Semakin tinggi kualitas produk, maka semakin tinggi keputusan pembelian produk lipstik Revlon di Yogyakarta.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk lipstik Revlon di Yogyakarta. Semakin tinggi harga, maka semakin tinggi keputusan pembelian produk lipstik Revlon di Yogyakarta.
3. Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk lipstik Revlon di Yogyakarta. Semakin tinggi kualitas produk dan harga, maka semakin tinggi keputusan pembelian produk lipstik Revlon di Yogyakarta.
4. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik Revlon di Yogyakarta adalah sebesar 32,0% sedangkan 68,0% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model seperti misalnya persepsi pribadi, keluarga, kelompok usia, pengetahuan, sikap, budaya, kelas sosial, kondisi keuangan, waktu dan sebagainya.

## 5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Mengingat kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk lipstik Revlon di Yogyakarta, maka disarankan untuk dilakukan penelitian sejenis pada toko-toko kosmetik tradisional untuk menguji kembali apakah kualitas produk memang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Mengingat harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk lipstik Revlon di Yogyakarta, maka disarankan untuk dilakukan penelitian sejenis pada toko-toko kosmetik tradisional untuk menguji kembali apakah harga memang mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Mengingat besarnya kontribusi pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian hanya 32,0%, maka kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan menambahkan variabel-variabel lain seperti misalnya persepsi pribadi, keluarga, kelompok usia, pengetahuan, sikap, budaya, kelas sosial, kondisi keuangan, waktu dan sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, F. dan Herwin., (2019), “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik di Jakarta”, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 4 (1).
- Ajrina, R.T. dan Prihatini, A.E., (2020), “Pengaruh Kualitas Produk dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon (Studi pada Konsumen Lipstik Revlon di Kota Semarang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, IX (III).
- Algifari., (2016), *Analisis Regresi*, Edisi kedua, BPFE, Yogyakarta.
- Amalia, N., (2019), “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Mie Endess di Bangkalan)”, *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis (JSMB)*, 6 (2).
- Amelisa, L., Yonaldi, S. dan Hesti, M., (2016), “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok)”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7 (3).
- Anggraini, E.I., Hidayat, K. dan Sunarti., (2019), “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli yang juga Menggunakan Kosmetik Wardah di *Counter Wardah Matahari Department Store Malang Town Square*)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 73 (1).
- Assauri, S., (2018), *Manajemen Pemasaran*, Raja Grafindo, Jakarta.
- Bairizki, A., (2017), “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada *Ud Ratna Cake & Cookies*)”, *Jurnal Valid*, 14 (2).
- Damayanti, Y.A., Sampurno dan Djoharsjah, T., (2019), “Pengaruh Kualitas, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Lipstik Caring Colours”, *Jurnal Bisnis dan Komunikasi (Kalbisocio)*, 6 (2).
- Darya, I.G.P. dan Wulansari, D., (2017), “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk di Amway Balikpapan”, *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 1 (1).
- Dharmmesta, B.S. dan Handoko, T.H., (2018), *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.

- Erdalina, W. dan Evanita, S., (2015), “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Citra *Hand and Body Lotion* di Pariaman”, *Jurnal Riset Manajemen Bisnis dan Publik*, 3 (1).
- Foster, B. dan Johansyah, M.D., (2019), “The Effect of Product Quality and Price on Buying Interest with Risk as Intervening Variables (Study on Lazada.com Site Users)”, *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9 (12).
- Gerung, C.J., Sepang, J. dan Loindong, S., (2017), “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado”, *Jurnal EMBA*, 5 (2).
- Ghozali, I., (2012), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*, Universitas Diponegoro, Yogyakarta.
- Habibah, U. dan Sumiati., (2016), “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura”, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1 (1).
- Handoko., (2018), *Manajemen*, BPF, Yogyakarta.
- Harjuno, P., (2018), “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Motor *Matic* Honda Scoopy (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)”, *Skripsi*, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18957/industri-kosmetik-tumbuh-20%>, diakses tanggal 13 November 2020.
- Imaningsih, E.S. dan Rohman, S., (2018), “The Model of Product Quality, Promotion, Price, and Purchase Decisions”, *Jurnal Ekonomi*, XXIII (02).
- Ismayana, S. dan Hayati, N., (2018), “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy (Studi Pada Konsumen Produk Lipstik Pixy Toserba Borma Cipadung)”, *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, X (2).
- Kotler, P. dan Armstrong, G., (2018), *Principle of Marketing*, Pearson Education Limited, England.
- Kotler, P. dan Keller, K.L., (2017), *Marketing Management*, Pearson Education Limited, England.
- Laksana, F., (2018), *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

- Pangastuti, J., Sudjiono dan Prastiti, E., (2019), "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Counter Wardah di Borobudur Kediri", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi(JIMEK)*, 2 (1).
- Prasetijo, R. dan Ihalauw, J.O.I., (2015), *Perilaku Konsumen*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Prawira, E.Y., dan Sukardi., (2019), "Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo pada Masyarakat Kota Yogyakarta", *Jurnal Fokus*, 9 (1).
- Purba, R.R., (2019), "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Vivo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan", *Jurnal Mutiara Manajemen*, 4 (1).
- Sangadji, E.M., (2018), *Perilaku Konsumen*, CV. Andi Offset Yogyakarta.
- Sanjaya, S., (2015), "Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. SINAR SOSRO MEDAN", *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16 (02).
- Sari, D.P. dan Nuvriasari, A., (2018), "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta)", *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 3 (2).
- Simamora, B., (2018), *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sitanggang, J.M., Sinulingga, S. dan Fachruddin, K.A., (2019), "Analysis of The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty of Indihome ATPT Telkom Regional 1 Sumatera, Medan, North Sumatera, Indonesia", *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 2 (3).
- Sugiyono., (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Suharno dan Sutarso, Y., (2017), *Marketing in Practice*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sutisna., (2018), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Swastha, B. dan Irawan., (2017), *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.

- Syaleh, H., (2017), “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat Pendistribusian terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada CV. Tjahaja Baru Bukittinggi”. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1 (1).
- Tjiptono, F., Chandra, G. dan Adriana, D., (2018), *Pemasaran Strategik*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., (2015), *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Yulasmii., (2015), “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan”. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 22 (1).
- Zulaicha, S. dan Irawati, R., (2016), “Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam”. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*, 4 (2).





**LAMPIRAN 1**  
**KUESIONER PENELITIAN**

## KUISIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang mengadakan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon di Yogyakarta”.

Nama : Fransiska Purwanto

NPM : 14 03 20998

Saya bermaksud mengumpulkan data melalui penyebaran kuisisioner ini yang terkait dengan topik penelitian yang dilakukan. Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan dan partisipasi Ibu/Saudara/Saudari agar berkenan mengisi kuisisioner ini dengan lengkap, jujur, dan tanpa terpengaruhi dari pihak manapun. Angket/kuisisioner ini semata-mata digunakan untuk kepentingan ilmiah, dimana kerahasiaan jawaban yang anda berikan dijamin sepenuhnya.

Atas kerjasama dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Penulis



**IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin :  L /  P
3. Umur :  17 – 26 tahun  27 – 36 tahun  
 37 – 46 tahun  >46 tahun
4. Pendidikan Terakhir :  SMP  SMA  
 DIPLOMA  S1  S2
5. Status Pekerjaan :  Pelajar  Mahasiswa  
 Ibu Rumah Tangga  Karyawan Swasta  
 PNS  Lainnya
6. Marital Status :  Belum Menikah  Menikah
7. Pendapatan/Penghasilan :  < Rp. 2.000.000,-  
 Rp.2.000.001 – Rp.3.000.000  
 Rp.3.000.001 – Rp.4.000.000  
 Rp.4.000.001 – Rp.5000.000  
 > Rp.5.000.001

## PETUNJUK PENGISIAN

Bacalah pernyataan-pernyataan pada lembar berikut, kemudian kerjakanlah dengan sungguh-sungguh sesuai dengan keadaan saudara yang sebenarnya. Sebaiknya jawaban saudara bersifat spontan dan tidak didasarkan atas apa yang saudara anggap wajar.

Usahakan agar semua nomor terjawab (jangan ada yang terlewati). Semua jawaban adalah benar dan tidak ada jawaban yang salah. Jawaban itu benar, kalau jawaban itu tepat dan benar bagi saudara.

Pilih salah satu dari kelima jawaban tersebut yang paling sesuai dengan saudara, kemudian berilah **Tanda Checklist** (✓). Periksa kembali, apakah pernyataan tersebut telah terjawab semua.

Terima kasih

<b>KUESIONER UNTUK KUALITAS PRODUK</b>
--

Berilah tanda *check list* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat saudara dalam pernyataan-pernyataan di bawah ini.

Keterangan:

SS: Sangat Setuju, S: Setuju, N: Netral, TS: Tidak Setuju, STS: Sangat Tidak Setuju.

No.	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Produk lipstik Revlon mempunyai bentuk yang padat kompak dan menarik					
2.	Produk lipstik Revlon tersedia dalam berbagai jenis lipstik padat dan cair, pewarna dan pencerah ( <i>lipgloss</i> )					
3.	Produk lipstik Revlon tersedia untuk remaja, wanita dewasa dan wanita lanjut usia					
4.	Produk lipstik Revlon awet dipakainya tidak mudah luntur					
5.	Produk lipstik Revlon sesuai digunakan untuk berbagai usia, kalangan dan berbagai kesempatan/acara					
6.	Produk lipstik Revlon memiliki daya tahan yang baik saat digunakan					
7.	Produk lipstik Revlon memiliki kemasan yang tidak mudah rusak, sehingga kualitas produk di dalamnya tetap terjaga					
8.	Produk lipstik Revlon memiliki tampilan produk yang menarik					
9.	Produk lipstik Revlon memiliki desain produk yang menarik					

<b>KUESIONER UNTUK HARGA</b>
------------------------------

Berilah tanda *check list* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat saudara dalam pernyataan-pernyataan di bawah ini.

Keterangan:

SS: Sangat Setuju, S: Setuju, N: Netral, TS: Tidak Setuju, STS: Sangat Tidak Setuju.

No.	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Produk lipstik Revlon memiliki harga yang terjangkau					
2.	Produk lipstik Revlon sesuai dengan kualitasnya					
3.	Produk lipstik Revlon sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen					
4.	Harga produk lipstik Revlon bersaing dengan produk sejenis dari merek lain					

<b>KUESIONER UNTUK KEPUTUSAN PEMBELIAN</b>
--

Berilah tanda *check list* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat saudara dalam pernyataan-pernyataan di bawah ini.

Keterangan:

SS: Sangat Setuju, S: Setuju, N: Netral, TS: Tidak Setuju, STS: Sangat Tidak Setuju.

No.	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya membeli produk lipstik Revlon karena memang membutuhkan					
2.	Saya lebih memilih produk lipstik Revlon dibandingkan dengan produk lipstik merek lain					
3.	Saya membeli lipstik Revlon di <i>counter-counter</i> kosmetik yang menyediakan produk-produk merek Revlon					
4.	Saya tidak menentukan waktu pembelian sehingga saya membeli lipstik Revlon pada waktu persediaan lipstik saya hampir habis					
5.	Saya membeli lipstik Revlon dengan jumlah yang saya butuhkan saja					



**LAMPIRAN 2**  
**TABULASI DATA UJI COBA**

### TABULASI DATA UJI COBA

No	Kualitas Produk										Harga					Keputusan Pembelian					
	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X1	X21	X22	X23	X24	X2	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
1	4	3	3	4	4	4	4	3	3	14	4	4	4	3	15	3	4	3	4	4	18
2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	9	2	3	2	2	9	2	3	2	3	4	14
3	4	5	5	5	4	5	4	5	5	19	4	5	4	5	18	4	5	4	4	5	22
4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	15	4	5	4	4	17	4	4	4	4	3	19
5	4	2	4	2	3	4	4	2	4	12	3	4	4	2	13	2	4	4	2	4	16
6	2	2	2	3	1	3	2	2	2	9	1	3	2	2	8	2	4	3	2	3	14
7	5	4	5	4	4	4	5	4	5	18	4	4	5	4	17	4	5	3	4	5	21
8	2	2	3	3	2	2	2	2	3	10	2	2	2	2	8	2	4	3	2	3	14
9	5	4	5	4	4	4	5	4	5	18	4	4	5	4	17	5	5	4	4	5	23
10	4	2	3	4	4	4	4	2	3	13	4	4	4	2	14	2	4	4	4	3	17
11	2	2	3	3	2	3	2	2	3	10	2	3	2	2	9	3	2	2	2	2	11
12	4	3	1	3	2	3	4	3	1	11	2	3	4	3	12	3	4	4	4	4	19
13	4	4	5	5	5	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18	5	4	4	5	5	23
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	21
15	4	5	4	4	5	4	4	5	4	17	5	4	4	5	18	5	4	4	5	4	22
16	3	4	4	4	4	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	5	3	20
17	4	5	4	5	5	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19	5	4	3	4	4	20
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
19	3	5	4	5	4	4	3	5	4	17	4	4	3	5	16	5	4	4	3	3	19
20	5	4	4	4	5	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	5	4	4	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	3	5	5	4	21
22	3	4	4	5	4	4	3	4	4	16	4	4	3	4	15	5	4	3	5	4	21
23	4	5	5	4	5	5	4	5	5	18	5	5	4	5	19	4	3	2	3	4	16
24	1	4	2	3	2	3	1	4	2	10	2	3	1	4	10	3	4	3	4	4	18
25	4	3	4	4	3	4	4	3	4	15	3	4	4	3	14	3	4	3	4	4	18
26	4	3	3	4	4	4	4	3	3	14	4	4	4	3	15	2	4	2	5	4	17
27	2	2	2	3	2	4	2	2	2	9	2	4	2	2	10	4	4	4	4	4	20
28	4	4	5	3	4	3	4	4	5	16	4	3	4	4	15	4	4	4	4	3	19
29	4	4	4	2	4	5	4	4	4	14	4	5	4	4	17	2	4	4	2	4	16
30	4	1	4	3	3	4	4	1	4	12	3	4	4	1	12	3	2	2	4	3	14
31	2	2	4	3	3	3	2	2	4	11	3	3	2	2	10	4	5	4	3	3	19
32	5	4	3	2	3	4	5	4	3	14	3	4	5	4	16	1	2	4	4	4	15
33	2	4	4	4	2	1	2	4	4	14	2	1	2	4	9	4	3	4	4	4	19



**LAMPIRAN 3**  
**HASIL PENGUJIAN INSTRUMEN PENELITIAN**

**1. UJI VALIDITAS**

**2. UJI RELIABILITAS**



## Hasil Uji Validitas-Variabel Kualitas Produk (X1)

Correlations

	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X1
X11 Pearson Correlation	1	.374*	.508**	.187	.692**	.602**	1.000**	.374*	.508**	.700**
Sig. (2-tailed)		.032	.003	.297	.000	.000	.000	.032	.003	.000
N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
X12 Pearson Correlation	.374*	1	.519**	.533**	.656**	.402*	.374*	1.000**	.519**	.814**
Sig. (2-tailed)	.032		.002	.001	.000	.020	.032	.000	.002	.000
N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
X13 Pearson Correlation	.508**	.519**	1	.424*	.710**	.416*	.508**	.519**	1.000**	.814**
Sig. (2-tailed)	.003	.002		.014	.000	.016	.003	.002	.000	.000
N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
X14 Pearson Correlation	.187	.533**	.424*	1	.557**	.279	.187	.533**	.424*	.684**
Sig. (2-tailed)	.297	.001	.014		.001	.116	.297	.001	.014	.000
N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
X15 Pearson Correlation	.692**	.656**	.710**	.557**	1	.710**	.692**	.656**	.710**	.869**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000	.000	.000	.000	.000
N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
X16 Pearson Correlation	.602**	.402*	.416*	.279	.710**	1	.602**	.402*	.416*	.570**
Sig. (2-tailed)	.000	.020	.016	.116	.000		.000	.020	.016	.001
N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
X17 Pearson Correlation	1.000**	.374*	.508**	.187	.692**	.602**	1	.374*	.508**	.700**
Sig. (2-tailed)	.000	.032	.003	.297	.000	.000		.032	.003	.000
N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
X18 Pearson Correlation	.374*	1.000**	.519**	.533**	.656**	.402*	.374*	1	.519**	.814**
Sig. (2-tailed)	.032	.000	.002	.001	.000	.020	.032		.002	.000
N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
X19 Pearson Correlation	.508**	.519**	1.000**	.424*	.710**	.416*	.508**	.519**	1	.814**
Sig. (2-tailed)	.003	.002	.000	.014	.000	.016	.003	.002		.000
N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
X1 Pearson Correlation	.700**	.814**	.814**	.684**	.869**	.570**	.700**	.814**	.814**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33

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

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

## ➔ Hasil Uji Validitas-Variabel Harga (X2)

Correlations

	X21	X22	X23	X24	X2
X21 Pearson Correlation	1	.710**	.692**	.656**	.930**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
N	33	33	33	33	33
X22 Pearson Correlation	.710**	1	.602**	.402*	.802**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.020	.000
N	33	33	33	33	33
X23 Pearson Correlation	.692**	.602**	1	.374*	.808**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.032	.000
N	33	33	33	33	33
X24 Pearson Correlation	.656**	.402*	.374*	1	.755**
Sig. (2-tailed)	.000	.020	.032		.000
N	33	33	33	33	33
X2 Pearson Correlation	.930**	.802**	.808**	.755**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	33	33	33	33	33

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

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

➔ Hasil Uji Validitas-Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.365*	.289	.473**	.256	.771**
	Sig. (2-tailed)		.037	.103	.005	.151	.000
	N	33	33	33	33	33	33
Y2	Pearson Correlation	.365*	1	.367*	.117	.392*	.640**
	Sig. (2-tailed)	.037		.036	.517	.024	.000
	N	33	33	33	33	33	33
Y3	Pearson Correlation	.289	.367*	1	.247	.192	.605**
	Sig. (2-tailed)	.103	.036		.166	.286	.000
	N	33	33	33	33	33	33
Y4	Pearson Correlation	.473**	.117	.247	1	.398*	.693**
	Sig. (2-tailed)	.005	.517	.166		.022	.000
	N	33	33	33	33	33	33
Y5	Pearson Correlation	.256	.392*	.192	.398*	1	.620**
	Sig. (2-tailed)	.151	.024	.286	.022		.000
	N	33	33	33	33	33	33
Y	Pearson Correlation	.771**	.640**	.605**	.693**	.620**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	33	33	33	33	33	33

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

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



## → Hasil Uji Reliabilitas-Variabel Kualitas Produk (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	33	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	33	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.914	9

## → Hasil Uji Reliabilitas-Variabel Harga (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	33	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	33	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	4

**→ Hasil Uji Realibilitas-Variabel Keputusan Pembelian (Y)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	33	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	33	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.686	5





**LAMPIRAN 4**  
**TABULASI DATA PENELITIAN**

No	Kualitas Produk										Harga					Keputusan Pembelian					
	X11	X12	X13	X14	X5	X6	X7	X8	X9	X1	X21	X22	X23	X24	X2	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
1	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34	4	4	4	5	17	3	2	3	4	3	15
2	3	2	3	4	3	1	3	3	3	25	2	2	4	5	13	5	4	4	5	4	22
3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	40	3	2	1	4	10	4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	35	4	5	5	5	19	4	4	2	4	4	18
5	4	4	2	4	4	4	2	4	2	30	2	2	2	4	10	4	3	2	3	2	14
6	4	3	2	3	2	3	2	2	3	24	5	4	5	5	19	5	3	4	5	4	21
7	5	3	4	5	4	4	4	5	4	38	4	4	4	4	16	4	3	2	3	4	16
8	4	3	2	3	4	4	2	2	3	27	2	2	3	2	9	5	4	4	5	5	23
9	5	4	4	5	5	4	5	4	4	40	4	4	4	4	16	4	4	4	3	5	20
10	4	4	4	3	5	4	4	3	4	35	5	5	5	4	19	2	2	2	2	2	10
11	4	3	3	4	3	2	1	3	3	26	4	4	4	4	15	3	4	3	4	4	18
12	2	2	2	3	5	4	4	4	3	29	2	3	2	2	9	2	3	2	3	4	14
13	4	5	5	5	4	4	5	4	5	41	4	5	4	5	18	4	5	4	4	5	22
14	4	4	4	3	5	4	4	3	4	35	4	5	4	4	17	4	4	4	4	3	19
15	4	2	4	2	4	4	5	4	4	33	3	4	4	2	13	2	4	4	2	4	16
16	2	2	2	3	5	4	5	4	4	31	1	3	2	2	8	2	4	3	2	3	14
17	5	4	5	4	4	3	4	4	5	38	4	4	5	4	17	4	5	3	4	5	21
18	2	2	3	3	5	4	4	3	4	30	2	2	2	2	8	2	4	3	2	3	14
19	5	4	5	4	4	4	3	4	5	38	4	4	5	4	17	5	5	4	4	5	23
20	4	2	3	4	4	4	4	5	4	34	4	4	4	2	14	2	4	4	4	3	17
21	4	3	5	5	4	5	5	5	5	41	2	3	2	4	11	4	4	4	4	4	20
22	5	4	3	5	4	3	4	3	5	36	5	3	4	5	17	4	4	5	5	4	22
23	4	3	2	3	4	3	5	3	4	31	4	3	2	3	12	5	4	4	4	3	20
24	3	4	3	4	4	2	1	2	3	26	5	4	4	4	17	4	4	5	4	4	21
25	3	4	3	4	4	3	4	3	4	32	2	4	3	3	12	4	4	5	3	3	19
26	2	4	2	5	4	3	4	4	4	32	3	2	3	3	11	4	3	4	4	5	20
27	4	4	4	4	4	1	5	4	3	33	3	4	1	4	12	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34	5	3	4	4	16	4	4	3	3	3	17
29	2	4	4	2	4	4	5	5	2	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
30	3	2	2	4	3	4	2	4	3	27	5	4	4	4	17	3	5	5	4	4	21
31	4	5	4	3	3	3	4	4	3	33	4	4	4	3	15	4	3	5	4	4	20
32	2	2	3	2	4	3	4	2	2	15	5	3	4	4	16	3	2	3	4	4	16
33	3	3	4	2	2	4	2	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	19
34	2	2	3	3	4	4	5	4	5	32	2	3	2	2	9	3	2	2	2	2	11
35	4	3	1	3	4	4	4	3	1	27	2	3	4	3	12	3	4	4	4	4	19
36	4	4	5	5	3	2	2	1	2	28	5	5	4	4	18	5	4	4	5	5	23
37	4	4	4	4	1	4	4	4	5	34	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	21
38	4	5	4	4	4	3	5	5	4	38	5	4	4	5	18	5	4	4	5	4	22
39	3	4	4	4	2	4	4	4	5	34	4	4	3	4	15	4	4	4	5	3	20
40	4	5	4	5	4	4	5	4	4	39	5	5	4	5	19	5	4	3	4	4	20
41	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
42	3	5	4	5	2	4	4	5	3	35	4	4	3	5	16	5	4	4	3	3	19
43	5	4	4	4	2	3	3	2	2	29	5	4	5	4	18	4	4	4	4	4	20
44	4	3	4	4	4	4	5	5	5	38	4	5	5	4	18	2	4	3	2	3	14
45	3	2	3	4	3	4	4	2	4	29	3	5	5	3	16	4	5	3	4	5	21
46	5	4	4	5	4	4	2	3	2	33	4	4	4	4	16	2	4	3	2	3	14
47	4	4	4	3	4	2	2	4	2	29	4	4	4	4	16	5	5	4	4	5	23
48	4	4	2	4	4	4	5	5	5	37	3	3	3	3	12	2	4	4	4	3	17
49	4	3	2	3	2	4	2	4	4	28	4	4	4	5	17	3	2	2	2	2	11
50	5	3	4	5	4	5	5	5	5	41	4	5	5	4	18	3	4	4	4	4	19
51	4	3	2	3	4	5	4	4	2	31	4	5	4	3	16	5	4	4	5	5	23
52	5	4	4	5	5	2	2	2	3	32	4	3	5	4	16	4	5	4	4	4	21
53	4	4	4	3	5	4	4	5	3	36	4	4	1	2	11	5	4	4	5	4	22
54	2	2	2	2	2	4	5	5	5	29	4	4	4	4	16	4	4	4	5	3	20
55	4	4	4	5	4	3	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	3	5	5	4	21
56	3	4	4	5	2	4	5	3	5	35	4	4	3	4	15	5	4	3	5	4	21
57	4	5	5	4	4	3	5	1	4	35	5	5	4	5	19	4	3	2	3	4	16
58	1	4	2	3	4	5	4	4	5	32	2	3	1	4	10	3	4	3	4	4	18
59	4	3	4	4	4	4	4	3	4	34	3	4	4	3	14	3	4	3	4	4	18
60	4	3	3	4	2	3	3	3	5	30	4	4	4	3	15	2	4	2	5	4	17
61	2	2	2	3	5	4	4	4	4	30	2	4	2	2	10	4	4	4	4	4	20

62	4	4	5	3	2	4	5	4	4	35	4	3	4	4	15	4	4	4	4	3	19
63	4	4	4	2	5	4	5	4	5	37	4	5	4	4	17	2	4	4	2	4	16
64	4	1	4	3	4	4	3	3	4	30	3	4	4	1	12	3	2	2	4	3	14
65	2	2	4	3	2	4	4	4	3	28	3	3	2	2	10	4	5	4	3	3	19
66	4	4	4	4	4	4	4	5	3	36	4	4	3	3	14	4	4	4	3	3	18
67	4	4	5	5	4	4	5	5	2	38	3	2	2	2	9	2	3	2	2	2	11
68	5	4	4	4	3	4	4	3	4	35	5	4	5	5	19	4	5	4	5	5	23
69	4	4	5	4	4	4	4	3	4	36	5	4	4	4	17	4	5	4	4	4	21
70	4	4	5	3	3	4	2	2	2	29	4	4	2	4	14	3	4	4	2	4	17
71	4	3	4	4	5	4	3	3	3	33	3	2	2	2	9	1	3	2	2	2	10
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	5	4	5	18	4	4	5	4	5	22
73	4	4	3	3	3	2	2	4	1	26	2	2	2	3	9	2	2	2	2	3	11
74	4	4	4	4	4	5	1	4	4	34	4	5	4	5	18	4	4	5	4	5	22
75	3	5	5	4	4	4	4	5	4	38	4	4	2	3	13	4	4	4	2	3	17
76	4	3	5	4	4	2	2	4	3	31	3	2	2	3	10	2	3	2	2	3	12
77	3	2	3	4	4	4	2	4	3	29	3	4	3	1	11	2	3	4	3	1	13
78	4	3	4	4	4	5	5	2	5	36	5	4	4	5	18	5	5	4	4	5	23
79	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
80	4	2	5	4	4	5	5	4	4	37	4	4	5	4	17	5	4	4	5	4	22
81	4	4	4	4	4	5	4	3	4	36	4	3	4	4	15	4	4	3	4	4	19
82	4	4	4	3	4	4	5	1	5	34	5	4	5	4	18	5	5	4	5	4	23
83	4	4	2	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
84	2	2	4	3	4	3	2	3	2	25	4	3	5	4	16	4	4	3	5	4	20
85	5	4	3	3	4	5	4	4	5	37	4	5	4	4	17	5	4	5	4	4	22
86	2	4	4	4	2	3	4	4	4	31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
87	3	4	4	4	5	4	2	2	4	32	4	3	4	4	15	4	4	3	4	4	19
88	4	2	3	4	4	4	3	2	1	27	5	4	5	5	19	5	5	4	5	5	24
89	2	1	3	2	2	5	4	5	5	29	3	1	4	2	10	2	3	1	4	2	12
90	4	3	2	4	4	3	2	2	2	26	4	4	3	4	15	3	4	4	3	4	18
91	4	5	5	3	5	4	5	4	5	40	4	4	3	3	14	4	4	4	3	3	18
92	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	4	2	2	2	10	2	4	2	2	2	12
93	4	5	4	4	5	3	2	2	3	32	3	4	4	5	16	4	3	4	4	5	20
94	3	4	4	4	5	4	4	4	4	36	5	4	4	4	17	4	5	4	4	4	21
95	4	5	4	3	4	4	5	5	5	39	4	4	1	4	13	3	4	4	1	4	16
96	4	4	4	2	3	4	4	4	4	33	3	2	2	4	11	3	3	2	2	4	14
97	2	3	2	2	3	4	5	5	4	30	4	5	4	3	16	3	4	5	4	3	19
98	2	3	4	3	1	3	5	5	3	29	1	2	4	4	11	2	1	2	4	4	13
99	5	5	4	4	5	4	4	4	4	39	4	3	4	4	15	4	4	3	4	4	19
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	2	3	13	5	4	4	2	3	18
101	5	4	4	5	4	3	3	3	3	34	3	2	1	3	9	1	3	2	1	3	10
102	4	4	3	4	4	4	4	4	5	36	3	4	3	2	12	2	3	4	3	2	14
103	5	5	4	5	4	4	5	5	4	41	5	4	5	5	19	5	5	4	5	5	24
104	4	4	4	4	4	4	5	4	3	36	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
105	4	4	3	5	4	4	3	5	4	36	4	4	5	4	17	5	4	4	5	4	22
106	5	4	5	4	4	4	4	1	2	33	4	3	4	4	15	4	4	3	4	4	19
107	5	4	3	2	4	4	4	4	4	34	3	4	5	4	16	1	2	4	4	4	15
108	2	4	4	4	4	4	5	4	4	35	2	1	2	4	9	4	3	4	4	4	19

**LAMPIRAN 5**  
**HASIL ANALISIS DESKRIPTIF**





## Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	108	20.00	41.00	33.3148	4.53367
X2	108	8.00	19.00	14.5556	3.12761
Y	108	10.00	24.00	18.3333	3.44245
Valid N (listwise)	108				





**LAMPIRAN 6**  
**HASIL ANALISIS REGRESI**

## → Regression

Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.577 <sup>a</sup>	.333	.320	2.83868

a. Predictors: (Constant), X2, X1

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	421.900	2	210.950	26.179	.000 <sup>a</sup>
	Residual	846.100	105	8.058		
	Total	1268.000	107			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.308	2.319		.995	.322
	X1	.285	.061	.375	4.690	.000
	X2	.449	.088	.408	5.097	.000

a. Dependent Variable: Y