

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kelima ini peneliti akan membahas mengenai kesimpulan berdasarkan dari hasil analisis data yang telah peneliti lakukan sebelumnya. Untuk yang pertama peneliti akan memberikan kesimpulan mengenai temuan utama yang ada dalam penelitian ini dan dilanjutkan dengan pembahasan mengenai dampak manajemen dari penelitian yang telah peneliti lakukan. Selanjutnya akan ada pembahasan mengenai kendala maupun keterbatasan yang ada selama dilakukannya penelitian ini yang nantinya akan dijadikan saran untuk penelitian selanjutnya.

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian ini, diketahui bahwa variabel kualitas produk dan promosi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun untuk citra merek dan harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Seperti yang peneliti jelaskan pada bab 3, data yang ada dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner online menggunakan *google forms* dengan responden sejumlah 150 orang. Pengaruh antar variabel diuji menggunakan IBM SPSS *Statistics* 26 dengan hasil sebagai berikut:

5.2. Kesimpulan Berdasarkan Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini ada 150 responden, yang berjenis kelamin laki – laki 41 orang dan perempuan sejumlah 109 orang. Mayoritas responden berumur antara 18 – 20 tahun yang dapat diartikan sebagai konsumen produk Lacoco dari *Stockist* Natural Nusantara R.1329. Dan untuk responden dengan penghasilan per bulan < Rp 2.000.000 mendominasi dimana itu merupakan kategori penghasilan per bulan terendah dalam penelitian ini.

5.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Pada penelitian ini, variabel citra merek tidak memiliki pengaruh pada keputusan pembelian produk Lacoco. Artinya persepsi konsumen mengenai citra merek yang dihasilkan dari produk Lacoco, tidak mempengaruhinya dalam mengambil keputusan pembelian pada produk Lacoco. Hal ini diduga karena produk serta manfaat yang dirasakan sama saja seperti produk sejenis dengan merek lain, sehingga citra merek dari Lacoco tidak mempengaruhi calon konsumen.

5.4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel kualitas produk memiliki pengaruh dan signifikan pada keputusan pembelian produk Lacoco. Artinya semakin baik atau semakin ditingkatkannya kualitas produk yang dihasilkan dari produk Lacoco, maka keputusan pembelian dari konsumen akan meningkat, karena konsumen lebih memilih produk dengan kualitas tinggi.

5.5. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel harga tidak memiliki pengaruh pada keputusan pembelian produk Lacoco. Artinya persepsi konsumen mengenai harga dari produk Lacoco, tidak mempengaruhinya dalam mengambil keputusan pembelian pada produk Lacoco. Hal ini diduga karena harga yang masih relatif sama seperti produk sejenis dengan merek lain, sehingga harga dari Lacoco tidak mempengaruhi calon konsumen.

5.6. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian produk Lacoco. Artinya produk Lacoco dapat dipromosikan dengan baik dan mampu menarik perhatian calon konsumen, maka keputusan pembelian dari konsumen akan meningkat, karena konsumen lebih memilih produk dengan promosi yang menarik dan lebih menguntungkan jika memilihnya.

5.7. Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa variabel kualitas produk dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi PT Natural Nusantara sebagai perusahaan yang menjual produk Lacoco melalui beberapa implikasi manajerial sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t, kualitas produk merupakan variabel yang memiliki pengaruh terbesar pada keputusan pembelian. Oleh sebab itu PT Natural Nusantara dapat terus menjaga serta meningkatkan kualitas dari produk Lacoco sehingga konsumen akan tetap menjadikan produk Lacoco sebagai pilihan untuk dibeli.
2. Promosi menjadi variabel kedua yang memiliki pengaruh terbesar pada keputusan pembelian. PT Natural Nusantara dapat terus melakukan promosi seperti di SMA maupun Universitas, karena berdasarkan penelitian ini responden terbesar ada pada usia 18 – 20 tahun, sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada produk Lacoco.

5.8. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, tentu belum sempurna dan masih ada keterbatasan. Yang menjadi keterbatasan pada penelitian ini tidak bisa menjangkau responden yang tidak menggunakan atau tidak aktif di internet, kelompok usia pada penelitian ini hanya sebatas usia 18 – 23.

5.9. Saran

1. Saran untuk penelitian selanjutnya bisa ditambah penyebaran kuesioner melalui offline untuk menjangkau responden yang tidak menggunakan internet.
2. Penyebaran kuesioner penelitian selanjutnya bisa dikembangkan lagi pada kelompok usia diatas 23 tahun.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina M. Kaeng 2014, bauran promosi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian motor Yamaha di PT. Hasjrat Abadi. Jurnal EMBA, Vol 2, No. 3 September 2014. ISSN: 2303- 1174. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5775/5308>. Di akses pada 4 April 2021. HAL 973 – 1089
- Alma, Buchari. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Amrullah, A. R., & Agustin, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. Jurnal Ilmu dan Riset Manajeme,. Vol. 5, No. 7, pp 1-15.
- Drapper, N.R., dan Smith, H., (1992). Analisis Regresi Terapan, Edisi kedua, PT. Gramedia, Jakarta.
- Dumana, T. & Mattilab (2005) “The Role of Affective Factors on Perceived Cruise Vacation Value”, Tourism Management, Vol. 26, h. 321-323.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS (7th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, dkk. 2006. Multivariate Data Analysis Pearson International Edition Edition 6. New Jersey
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Ike-Elechi Ogba, dan Zhenzhen Tan. 2009. Exploring The Impact of Brand Image on Customer Loyalty and Commitment in China. Journal of Technology Management in China, Vol.4 No.2 pp 132-144.

- Kotler, Philip & Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Amstrong, G 2012. Principles Of Marketing. 14th Edition Pearson International Edition. Prentice Hall. New Jersey
- Laksana, Fajar. 2008. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Machfoedz, Mahmud. 2005. Pengantar Pemasaran Modern. Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. Yogyakarta
- Malhotra, N. (2005). Riset penelitian: Pendekatan terapan. (Ed.4). Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Mandagie Y., Joyce Lopian, dan Malonda Deisy. 2018. Analisis Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung pada Seluruh Gerai – Gerai Seluler di IT Center Manado. Jurnal EMBA Vol.6 No.4. ISSN 2303-1174.
- Mandey, Jilly Bernadette. 2013. Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. Jurnal EMBA (Online) ISSN 2303-1174 Vol. 1 No. 4 Desember 2013, Hal.95-104.
- Mongi, Lidya, Lisbeth Mananeke., dan Agusta Repi. 2013. Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(4):2336-2346.
- Nency M.N. Togas 2014. Periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan publisitas terhadap keputusan pembelian pada penerbit Andi Cabang Manado. Jurnal EMBA, Vol 2, No 4 4 Desember 2014), ISSN 2303-1174.

- Nugroho, Chrisdiawan Satriyo. (2010). Analisis Pengaruh Pencitraan, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kuliah Di Diploma Iii Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang, Universitas Diponegoro
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid 2. Edisi 4. Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Fredy. 2009. The Power Of Brand. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rijswijk, Wendy Van. 2006. Consumer Perceptions of Food Quality and Safety and Their Relation to Traceability. Jurnal of Marketing
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods For Business. John Wiley & Sons Ltd.
- Simamora, Bilson, 2001, Memenangkan Pasar : Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Simamora, B. (2004). Riset pemasaran: Falsafah, teori, dan aplikasi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2009) . Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna, 2002, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Rosdakarya, Bandung.
- Sutojo, Siswanto. 2001. Menyusun Strategi Harga. Jakarta, Dammar Mulia Pustaka
- Tjiptono, Fandy. 2012. Pemasaran Jasa. CV . Andi Offset. Yogyakarta.

- Tjiptono, Fandy, 2015 . Brand Management & Strategy. Yogyakarta : Andi
- Wangean, Ryanto Haridany, dan Silvya L. Mdaney. 2014. “Analisis Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil All New Kia Rio Di Kota Manado.” Jurnal EMBA 2(3): 1715–25.
- Wenas, J. 2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Jurnal EMBA. Volume 1, Nomor 4. Desember 2013. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2741>. Diakses pada tanggal 3 Maret 2018
- Wijaya, Tony. 2011. Manajemen Kualitas Jasa. PT Indeks Kembangan, Jakarta
- Winardi. 2010. Kepemimpinan dan Manajemen. PT Rineka Cipta. Jakarta.



Lampiran I Kuesioner

Kuesioner Penelitian

KUISSIONER PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LACOCO PT NATURAL NUSANTARA

Perkenalkan saya Fidelis Battista Theo Rangi, mahasiswa program studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian sebagai tugas akhir dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga pada Keputusan Pembelian Produk Lacoco PT Natural Nusantara". Oleh sebab itu saya mohon ketersediaan dan partisipasi anda untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Atas perhatian dan ketersediaannya saya ucapkan terima kasih.

A. Data Responden

Jenis Kelamin :
Usia :
Penghasilan per Bulan :

B. Pedoman Pengisian Kuisisioner

Pertanyaan dalam kuisisioner ini dalam bentuk skala likert dan masing-masing jawaban memiliki skor yang berbeda, skor tersebut sebagai berikut :

Angka 1 : Sangat tidak setuju (STS)
Angka 2 : Tidak setuju (TS)
Angka 3 : Netral (N)
Angka 4 : Setuju (S)
Angka 5 : Sangat setuju (SS)

C. Pertanyaan Penelitian

Citra Produk (X1)		PENILAIAN				
		1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
X1.1	Persepsi saya terhadap produk Lacoco baik					
X1.2	Manfaat yang dirasakan dari produk Lacoco lebih baik daripada produk sejenis dengan merek lain					
X1.3	Saya menyukai produk Lacoco					
X1.4	Produk Lacoco memberikan nilai yang baik sesuai dengan uang yang dikeluarkan					
X1.5	Saya memiliki alasan untuk membeli produk Lacoco dibandingkan produk sejenis dengan merek lain					
X1.6	Produk Lacoco berbeda dengan produk sejenis dengan merek lain					

Kualitas Produk (X2)		PENILAIAN				
		1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
X2.1	Manfaat yang dihasilkan produk Lacoco sesuai dengan fungsinya					
X2.2	Daya tahan produk Lacoco tinggi					
X2.3	Saya merasa aman saat menggunakan produk Lacoco					
X2.4	Saya merasa produk Lacoco memiliki kualitas bagus					
X2.5	Saya merasa produk Lacoco dibuat dengan teknologi tinggi					
X2.6	Produk Lacoco selalu melakukan inovasi					
X2.7	Produk Lacoco memiliki kualitas tinggi					

Harga (X3)		PENILAIAN				
		1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
X3.1	Harga yang ditawarkan produk Lacoco lebih murah jika kita membeli dalam jumlah banyak					
X3.2	Produk Lacoco memiliki harga terendah di daerah saya					
X3.3	Produk Lacoco menawarkan harga terbaik setiap hari					
X3.4	Saya lebih memilih produk Lacoco karena harga yang ditawarkan					

Promosi (X4)		PENILAIAN				
		1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
X4.1	Produk Lacoco memberikan kupon setiap pembelian untuk ditukar dengan produk Lacoco					
X4.2	Produk Lacoco memberikan promosi musiman (natal, idul fitri, tahun baru, dll.)					
X4.3	Saya lebih suka berbelanja di toko serba ada karena promosi					
X4.4	Saya lebih suka produk Lacoco karena mendapat kartu hak istimewa					
X4.5	Produk Lacoco memberikan informasi ketika mereka memiliki promosi					
X4.6	Produk Lacoco memiliki promosi yang menarik					

Keputusan Pembelian (Y)		PENILAIAN				
		1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
Y.1	Lokasi produk diproduksi mempengaruhi keputusan pembelian saya					
Y.2	Keputusan saya untuk membeli produk Lacoco dipengaruhi oleh harga produk tersebut					
Y.3	Mengenal produk Lacoco dengan baik membuat saya memutuskan untuk membeli produk tersebut					
Y.4	Saya akan mengevaluasi produk yang dibuat oleh perusahaan Lacoco dalam mengambil keputusan pembelian					
Y.5	Jika saya sudah yakin dengan kualitas suatu produk, maka mereka akan memutuskan untuk melakukan pembelian					
Y.6	Jika saya merasa produk yang dibeli akan meningkatkan citranya, maka saya akan melakukan pembelian					
Y.7	Sistem pembayaran merupakan salah satu faktor bagi saya untuk melakukan pembelian					
Y.8	Saya memutuskan untuk membeli produk Lacoco karena dipengaruhi oleh teman atau keluarga					
Y.9	Saya akan memutuskan untuk membeli produk yang memiliki manfaat untuk memenuhi kebutuhan saya					
Y.10	Saya akan memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan ketika produk tersebut menjanjikan kualitas yang sesuai dengan kinerja produk					
Y.11	Saya akan memutuskan untuk membeli produk karena produk yang ditawarkan jaminan kualitas					



Lampiran II Profil Responden dan Jawaban Pertanyaan

A. Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	41	27,3	27,3	27,3
	Perempuan	109	72,7	72,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

B. Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-20	139	92,7	92,7	92,7
	21-23	11	7,3	7,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

C. Penghasilan per Bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 2.000.000,00	124	82,7	82,7	82,7
	Rp 2.000.000,00 - Rp 3.000.000,00	17	11,3	11,3	94,0
	> Rp 3.000.000,00	9	6,0	6,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	



Lampiran III Data Set Penelitian

A. Pertanyaan Variabel Citra Merek

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	5	5
5	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	4	3
4	2	3	3	2	2
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	3	4
4	3	3	3	5	3
3	3	3	3	3	4
4	3	4	4	4	2
4	4	4	4	3	4
5	5	4	4	3	3
5	4	4	4	4	5
4	4	3	5	3	3
3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	5	4
4	3	4	3	4	3
4	4	3	3	3	4
4	4	4	4	3	3
4	3	3	3	4	3
4	2	2	4	2	3
3	3	2	2	2	2
5	3	3	3	1	3
4	3	3	4	4	4
3	3	4	3	3	3
4	3	3	4	3	2
4	3	3	3	3	2
4	4	4	4	5	5
4	3	3	3	4	4
5	5	5	5	4	5
2	2	2	2	2	2
4	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	4
5	3	5	4	4	4

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
4	5	4	5	4	3
3	3	2	3	3	3
5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	3
3	3	3	3	3	3
5	4	5	4	3	1
5	3	4	5	3	3
4	4	5	4	4	3
5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	3
4	4	4	4	3	3
3	3	3	4	3	4
4	2	4	3	2	2
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	3	4
4	2	2	1	3	3
4	4	5	4	2	2
4	3	4	3	5	3
3	3	3	2	4	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	3
5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	5	5
3	3	1	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	2
5	4	4	5	4	5
3	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5
4	4	4	2	3	4
4	4	5	4	5	3

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	3
4	3	4	4	4	4
5	3	4	3	4	3
4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	3	4
4	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	3	5
4	4	4	5	3	4
5	3	3	5	3	3
5	3	5	4	4	3
5	4	5	4	4	4
5	4	5	5	4	3
4	3	4	4	4	3
4	4	3	5	4	4
3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	3
4	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3
4	3	4	5	3	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	3	3
4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	3	3
5	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4
5	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
3	3	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	4
5	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	5
4	5	3	5	5	5
5	3	5	4	4	5
4	5	3	5	4	5
4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	4	4
4	3	4	3	4	3
4	4	5	3	2	5
5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5
5	4	4	5	4	3
5	4	5	5	4	4
3	3	5	3	3	3
5	4	4	5	4	5
4	4	5	4	5	5
5	5	5	4	5	5
4	5	4	4	4	3
4	4	4	5	5	5
4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4
5	4	4	4	4	5
4	4	3	4	4	2
4	4	4	5	4	4

B. Pertanyaan Variabel Kualitas Produk

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7
5	5	5	5	4	5	5
4	5	5	4	4	4	5
5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	4	4	4	5
3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
4	3	5	5	5	3	5
4	4	3	3	3	3	4
4	4	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	4
4	3	4	3	4	3	4
4	4	3	3	3	4	4
4	3	4	4	5	5	4
4	3	3	4	4	4	4
3	3	3	4	4	5	4
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	5	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	3	4	4
3	3	4	3	3	3	3
4	3	2	4	4	2	4
4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4	5
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	3	3
5	4	5	4	4	3	3
4	4	4	4	2	3	4

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7
5	4	5	4	5	4	4
3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	5	3	3	5
4	3	3	4	3	4	3
5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	4	3	5	5
4	3	4	4	3	5	4
4	4	4	4	5	3	5
3	3	3	4	4	3	4
3	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	5	4	4
4	5	4	3	4	4	3
3	3	4	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4
5	4	5	4	4	4	5
3	3	2	3	4	4	3
5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4
4	4	5	4	4	3	4
4	4	4	5	4	4	5

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7
3	3	4	4	4	3	4
4	3	3	3	2	3	4
5	5	5	5	5	4	5
3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	5	4	5
4	4	5	5	3	4	4
4	4	3	4	4	3	4
4	4	3	4	4	3	4
4	3	4	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4
5	5	4	4	4	5	4
5	4	4	4	3	4	4
5	3	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	3	5
5	5	5	4	4	4	5
4	5	5	5	5	5	4
5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5
3	3	3	3	3	3	3
4	5	5	4	4	2	4
4	4	3	3	4	3	4
4	3	3	4	3	4	3
4	3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4
4	2	4	4	3	3	4
5	5	5	4	5	3	5
4	4	3	4	3	3	4
5	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4
5	4	5	4	4	5	5
4	4	5	4	5	3	4
5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	4	4	4	4

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7
4	3	4	4	3	4	3
5	4	4	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	3
5	5	5	5	4	4	5
4	3	5	5	5	4	5
4	4	4	5	5	4	5
4	3	3	4	4	5	4
4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	2	3	3	2
5	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	3	4	3	4
4	3	4	3	3	4	3
5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	4	5
5	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3
5	4	5	5	4	5	5
5	5	4	5	4	4	5
4	5	5	5	4	3	4
5	4	4	4	5	4	5
4	4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	5	4	5
5	3	4	5	3	4	5
5	4	4	5	5	4	5

C. Pertanyaan Variabel Harga

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
4	3	5	5
5	5	5	5
5	4	5	4
3	2	3	3
3	3	3	3
2	2	2	2
4	4	4	4
3	3	3	3
5	3	4	4
5	2	3	3
3	3	3	3
3	2	2	2
4	4	4	4
2	2	3	3
5	5	4	5
4	3	3	3
3	3	4	3
4	3	4	4
5	5	5	5
2	4	4	2
3	4	3	4
3	2	3	3
3	2	2	2
5	4	4	3
3	3	3	3
3	3	3	3
2	1	3	2
3	2	3	3
2	2	3	4
3	2	2	3
3	2	2	2
3	2	3	3
5	4	4	4
3	3	4	3
3	3	3	3
4	3	3	3
4	4	3	3
3	5	2	4

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
5	3	4	3
3	2	3	4
5	5	5	5
2	1	2	1
4	3	3	3
5	2	2	3
5	4	4	5
4	5	5	5
5	5	5	5
2	2	3	3
3	2	2	2
4	2	3	4
3	1	1	2
4	4	4	4
3	3	3	3
3	4	5	5
3	3	3	3
4	1	2	2
4	3	4	4
3	3	3	3
4	2	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	4	4
3	3	3	2
5	1	5	2
5	5	5	5
3	3	3	3
3	3	3	3
3	3	4	3
3	1	2	2
5	4	4	4
2	2	4	2
5	5	5	5
4	4	4	4
5	3	3	2
4	3	4	4

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
3	3	3	3
3	3	2	4
3	2	3	4
3	3	3	3
4	3	4	3
3	1	3	2
3	2	2	3
4	3	4	3
3	3	4	3
5	3	4	4
4	1	3	3
4	4	5	3
4	3	4	5
5	2	3	5
3	1	2	3
4	2	4	3
5	3	4	5
4	4	4	4
4	1	4	4
3	3	3	3
3	1	1	1
4	3	3	5
4	3	3	3
4	3	4	4
4	4	4	4
3	3	4	4
3	2	3	2
1	1	3	2
3	3	3	3
4	3	4	3
4	3	3	3
3	3	4	3
5	5	5	5
4	4	4	4
3	2	2	2
3	2	3	3
5	3	4	4
4	3	4	5

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
3	4	3	3
5	4	4	5
3	2	3	3
5	5	4	5
4	2	4	4
4	3	3	4
1	2	3	3
3	3	3	3
3	3	4	3
3	5	4	4
3	3	3	3
4	3	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	4	3
4	3	3	4
3	1	2	2
5	5	5	5
4	4	5	5
3	2	2	3
4	4	5	4
5	2	2	2
4	4	4	5
3	3	3	3
5	5	5	5
5	4	5	4
4	3	4	4
5	4	4	4
5	3	4	5
5	4	5	4
4	2	3	4
4	4	5	4
3	2	2	3
3	2	3	4
4	4	4	5

D. Pertanyaan Variabel Promosi

X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6
4	3	5	4	5	5
5	5	4	4	5	4
5	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	5	3	3	5
4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4
4	4	1	3	4	3
3	3	3	3	3	3
3	4	2	3	4	4
5	4	3	4	3	4
2	4	5	2	4	4
4	4	4	5	5	4
5	5	3	4	5	5
3	3	4	3	4	2
5	3	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5
3	4	2	2	4	4
4	3	4	3	4	3
3	3	1	3	3	3
3	3	3	3	4	4
4	4	4	5	3	3
3	3	5	3	3	4
3	3	3	3	3	3
2	3	4	2	3	3
3	4	5	3	4	4
2	4	3	2	4	4
3	4	3	3	4	4
3	3	2	3	3	3
3	3	5	4	5	5
3	4	4	3	4	4
1	3	4	2	3	4
3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3
3	3	4	3	3	4
1	3	3	3	3	4

X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6
3	5	3	3	5	4
3	3	2	3	3	2
5	5	5	5	5	5
3	3	5	3	5	5
3	3	3	3	3	3
3	5	5	3	5	5
3	4	4	2	3	3
4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	3	3
3	3	4	3	4	3
3	3	2	3	4	3
3	4	5	4	3	3
4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3
4	4	3	4	4	4
3	3	3	4	3	3
2	4	2	1	2	3
4	4	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	2	3	4
5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4
4	4	4	3	4	4
4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	2	2	2	3
5	4	4	5	4	5
5	5	4	3	4	3
5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	5
4	4	4	4	4	5

X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6
3	3	3	2	2	2
4	3	3	2	4	4
1	4	1	1	5	4
3	3	3	3	3	3
3	4	5	3	3	4
3	4	3	2	3	4
3	3	4	2	3	3
3	4	5	4	4	4
3	3	4	3	4	4
5	4	4	5	5	5
2	4	3	4	4	5
4	4	4	4	5	5
3	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5
2	4	2	3	4	4
3	5	2	2	5	4
3	4	5	2	3	4
4	4	5	4	5	5
4	5	4	4	5	4
3	3	3	3	3	3
3	4	3	2	4	2
4	3	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3
3	4	3	2	5	4
3	3	5	2	4	3
3	5	4	3	4	3
3	4	4	3	4	4
3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3
5	5	3	1	2	5
3	5	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4
4	5	4	5	5	5

X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6
4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	3	4
5	5	4	5	5	5
5	4	4	5	5	5
4	5	5	3	5	4
3	3	4	3	3	4
3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	3	2	5	5
3	4	5	3	4	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	4
3	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5
5	4	4	3	5	5
3	4	3	3	5	5
4	5	3	4	5	5
3	5	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4
3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	4	5
5	4	4	5	4	5
4	4	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5
3	5	3	3	3	4
5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4
5	4	5	3	3	5
3	4	5	3	4	4
5	5	5	4	4	4

E. Pertanyaan Variabel Keputusan Pembelian

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11
5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	2	2	3	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	5	4	3	5	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
3	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5
5	5	4	4	4	5	5	2	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4
3	4	5	3	4	4	3	3	3	4	4
2	3	5	4	5	2	3	4	4	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	1	2	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	3	3	4	4	2	2	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4
3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2
5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	5	4	5	1	5	3	4
5	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
5	5	4	3	5	3	3	3	5	5	5
2	4	4	5	5	3	5	3	5	3	4
3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4
4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4
4	1	4	4	5	5	3	1	5	4	4
2	5	3	2	5	3	3	2	4	4	4
3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	5
4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5
3	4	3	5	5	2	5	5	5	4	4

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11
5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
1	5	5	5	4	4	2	2	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	1	5	4	5	5	2	5	5	4	5
4	4	4	4	5	3	4	2	5	5	4
2	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
3	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
1	4	4	4	5	2	4	1	5	4	4
3	3	4	3	3	3	3	2	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	1	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3
3	3	3	4	4	5	5	3	5	5	5
3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
2	4	4	4	4	3	1	2	4	4	4
4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
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	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5
3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4
3	5	5	4	5	5	4	3	5	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	3	3	5	4	4	4	5	4	4
2	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
3	4	5	4	4	3	5	2	4	3	5
5	1	5	5	5	5	5	2	5	5	5
3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5
2	4	4	5	5	2	4	2	5	5	4
4	4	4	4	4	4	3	2	5	5	4
2	3	5	4	5	5	2	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4
5	3	4	4	5	5	2	4	4	4	5
5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
3	5	4	5	4	5	3	4	4	3	4
1	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
1	4	4	4	5	2	3	3	5	5	5
3	2	4	4	5	3	3	2	5	5	4
3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	5	2	4	2	5	4	4
1	5	5	3	5	2	1	4	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	4	4	5	2	4	2	5	5	4
4	4	3	2	5	4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	5	3	4	2	5	5	4
3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5
3	3	4	4	4	3	4	2	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3
3	3	4	3	5	4	3	4	5	5	5
3	4	4	4	4	3	2	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	3	5	2	5	2	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5
3	4	5	4	5	4	4	3	5	4	5

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11
4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4
4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5
3	2	4	5	5	2	1	4	5	5	5
4	4	4	4	5	3	5	2	4	3	4
3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4
4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5
3	3	4	2	4	3	3	5	3	3	4
4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4
3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3
4	2	4	4	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4
2	5	4	4	5	4	5	3	5	4	5



Lampiran IV Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

A. Validitas dan Reliabilitas Citra Merek

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,563*	,657*	,642*	,481*	,457*	,772**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.2	Pearson Correlation	,563*	1	,616*	,673*	,604*	,590*	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.3	Pearson Correlation	,657*	,616*	1	,554*	,550*	,435*	,790**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.4	Pearson Correlation	,642*	,673*	,554*	1	,552*	,528*	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.5	Pearson Correlation	,481*	,604*	,550*	,552*	1	,591*	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.6	Pearson Correlation	,457*	,590*	,435*	,528*	,591*	1	,766**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	150	150	150	150	150	150	150
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,772*	,844*	,790*	,822*	,797*	,766*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150	150	150	150

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	150	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,883	6

B. Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,637**	,636**	,613*	,519**	,485*	,667**	,813**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.2	Pearson Correlation	,637*	1	,633**	,507*	,560**	,466*	,594**	,789**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.3	Pearson Correlation	,636*	,633**	1	,596*	,570**	,420*	,622**	,805**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.4	Pearson Correlation	,613*	,507**	,596**	1	,612**	,495*	,709**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000

	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.5	Pearson Correlation	,519*	,560**	,570**	,612*	1	,496*	,659**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.6	Pearson Correlation	,485*	,466**	,420**	,495*	,496**	1	,532**	,702**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.7	Pearson Correlation	,667*	,594**	,622**	,709*	,659**	,532*	1	,858**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,813*	,789**	,805**	,809*	,797**	,702*	,858**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	150	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,903	7

C. Validitas dan Reliabilitas Harga

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,541*	,572**	,606*	,788**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150
X3.2	Pearson Correlation	,541*	1	,699**	,694*	,874**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150
X3.3	Pearson Correlation	,572*	,699*	1	,690*	,866**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	150	150	150	150	150
X3.4	Pearson Correlation	,606*	,694*	,690**	1	,877**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	150	150	150	150	150
TOTAL_X3	Pearson Correlation	,788*	,874*	,866**	,877*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150	150

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	150	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,872	4

D. Validitas dan Reliabilitas Promosi

		Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	TOTAL_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,536**	,401*	,666**	,483**	,485*	,789**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X4.2	Pearson Correlation	,536**	1	,347*	,446**	,556**	,528*	,721**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X4.3	Pearson Correlation	,401**	,347**	1	,497**	,392**	,466*	,693**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X4.4	Pearson Correlation	,666**	,446**	,497*	1	,554**	,512*	,819**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X4.5	Pearson Correlation	,483**	,556**	,392*	,554**	1	,640*	,778**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X4.6	Pearson Correlation	,485**	,528**	,466*	,512**	,640**	1	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	150	150	150	150	150	150	150
TOTAL_X4	Pearson Correlation	,789**	,721**	,693*	,819**	,778**	,780*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150	150	150	150

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	150	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,854	6

E. Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian

Correlations

	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y. 10	Y. 11	TOTAL_Y
Y. 1 Pearson Correlation	1	,546**	,034	,519**	,477**	,485**	,0328	-,0057	,0354	,0190	,435*	,637**
Sign. (2-tailed)		,002	,001	,003	,008	,007	,007	,077	,005	,031	,016	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y. 2 Pearson Correlation	,546**	1	,471**	,422*	,490**	,630**	,0238	,0223	,538**	,541**	,515**	,745**
Sign. (2-tailed)	,002		,009	,020	,006	,000	,025	,026	,002	,002	,004	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Y . 3	P	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y.8	Y. 9	Y. 10	Y.1 1	TOTAL_Y
	ears	0,334	,471**	1	,656**	,627**	0,282	0,132	0,207	,394*	,473**	,695**	,685**
	on C or												
	relation												
	Si g. (2 -	0,071	0,009		0,000	0,000	0,130	0,488	0,273	0,031	0,008	0,000	0,000
	tail e d) N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y . 4	P	,519**	,422*	,656**	1	,457*	,381*	0,135	0,148	0,290	,385*	,530**	,642**
	ears												
	on C or												
	relation												
	Si g. (2 -	0,003	0,020	0,000		0,011	0,038	0,477	0,437	0,120	0,035	0,003	0,000
	tail e d) N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y . 5	P	,477**	,490**	,627**	,457*	1	0,268	0,301	0,098	,665**	,647**	,845**	,781**
	ears												
	on C or												
	relation												
	Si g. (2 -	0,008	0,006	0,000	0,011		0,152	0,106	0,608	0,000	0,000	0,000	0,000
	tail e d) N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y. 10	Y. 11	TOTAL_Y
Y P 6 ea rs on C or rel ati on	,4 85 **	,6 30 **	0, 28 2	,3 81 *	0, 26 8	1	0, 31 5	0, 10 9	0, 19 8	0, 26 3	0, 35 2	,576**
Si g. (2 - tai le d)	0, 00 7	0, 00 0	0, 13 0	0, 03 8	0, 15 2		0, 09 0	0, 56 6	0, 29 4	0, 16 0	0, 05 6	0,001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y P 7 ea rs on C or rel ati on	0, 32 8	0, 23 8	0, 13 2	0, 13 5	0, 30 1	0, 31 5	1	,4 20 *	0, 36 1	0, 25 3	0, 30 8	,557**
Si g. (2 - tai le d)	0, 07 7	0, 20 5	0, 48 8	0, 47 7	0, 10 6	0, 09 0		0, 02 1	0, 05 0	0, 17 7	0, 09 8	0,001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y P 8 ea rs on C or rel ati on	- 0, 05 7	0, 22 3	0, 20 7	0, 14 8	0, 09 8	0, 10 9	,4 20 *	1	0, 27 3	,4 14 *	0, 28 3	,442*
Si g. (2 - tai le d)	0, 76 7	0, 23 6	0, 27 3	0, 43 7	0, 60 8	0, 56 6	0, 02 1		0, 14 5	0, 02 3	0, 13 0	0,014
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Correlations													TOTAL_Y
		Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y. 10	Y. 11	
Tot al_ Y	Pears on Correl ation	,6 37 **	,7 45 **	,6 85 **	,6 42 **	,7 81 **	,5 76 **	,5 57 **	,4 42 *	,7 35 **	,7 39 **	,8 60 **	1
	Sig. (2- tailed)	0, 00 0	0, 00 0	0, 00 0	0, 00 0	0, 00 0	0, 00 1	0, 00 1	0, 01 4	0, 00 0	0, 00 0	0, 00 0	
	N	30	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).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	150	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,855	11



Lampiran V Hasil Analisis Uji Beda

A. Berdasarkan Jenis Kelamin

Group Statistics

	Jenis_kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Total_X1	Laki-laki	41	23,56	3,828	,598
	Perempuan	109	23,12	4,084	,391
Total_X2	Laki-laki	41	28,73	4,599	,718
	Perempuan	109	28,38	3,995	,383
Total_X3	Laki-laki	41	15,02	3,489	,545
	Perempuan	109	13,33	3,306	,317
Total_X4	Laki-laki	41	23,49	4,232	,661
	Perempuan	109	22,54	3,980	,381
Total_Y	Laki-laki	41	45,24	6,938	1,084
	Perempuan	109	44,41	5,753	,551

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
Total_X1	Equal variances assumed	,118	,732	,600	148	,549	,442	,736	-1,012	1,896
	Equal variances not assumed			,618	76,402	,538	,442	,714	-,981	1,864
Total_X2	Equal variances assumed	,936	,335	,466	148	,642	,356	,763	-1,153	1,864

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
	Equal variances not assumed			,437	64,017	,664	,356	,814	-1,270	1,981
Total_X3	Equal variances assumed	,548	,460	2,755	148	,007	1,694	,615	,479	2,909
	Equal variances not assumed			2,688	68,669	,009	1,694	,630	,437	2,951
Total_X4	Equal variances assumed	,723	,397	1,276	148	,204	,947	,742	-,520	2,413
	Equal variances not assumed			1,241	68,255	,219	,947	,763	-,576	2,469
Total_Y	Equal variances assumed	2,155	,144	,744	148	,458	,831	1,117	-1,376	3,038
	Equal variances not assumed			,684	61,832	,497	,831	1,216	-1,599	

B. Berdasarkan Usia (One Way Anova)

Descriptives

						95% Confidence Interval for Mean			
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum
Tot	18 - 20	139	23,22	3,932	,334	22,56	23,88	12	30
al_	21-23	11	23,45	5,087	1,534	20,04	26,87	15	30
X1	Total	150	23,24	4,008	,327	22,59	23,89	12	30
Tot	18 - 20	139	28,42	4,038	,342	27,75	29,10	20	35
al_	21-23	11	29,09	5,647	1,703	25,30	32,88	21	35
X2	Total	150	28,47	4,156	,339	27,80	29,14	20	35
Tot	18 - 20	139	13,77	3,408	,289	13,20	14,34	6	20
al_	21-23	11	14,09	3,859	1,163	11,50	16,68	6	20
X3	Total	150	13,79	3,430	,280	13,24	14,35	6	20
Tot	18 - 20	139	22,85	4,027	,342	22,17	23,52	14	30
al_	21-23	11	22,18	4,600	1,387	19,09	25,27	16	30
X4	Total	150	22,80	4,058	,331	22,15	23,45	14	30
Tot	18 - 20	139	44,73	6,031	,512	43,72	45,75	33	55
al_	21-23	11	43,45	6,962	2,099	38,78	48,13	33	55
Y	Total	150	44,64	6,087	,497	43,66	45,62	33	55

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1	Total_X Based on Mean	2,181	1	148	,142
	Based on Median	1,967	1	148	,163
	Based on Median and with adjusted df	1,967	1	147,513	,163
	Based on trimmed mean	2,133	1	148	,146
2	Total_X Based on Mean	5,528	1	148	,020
	Based on Median	4,018	1	148	,047
	Based on Median and with adjusted df	4,018	1	141,790	,047
	Based on trimmed mean	5,443	1	148	,021
3	Total_X Based on Mean	,105	1	148	,746
	Based on Median	,035	1	148	,852

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Total_X 4	Based on Median and with adjusted df	,035	1	145,286	,852
	Based on trimmed mean	,117	1	148	,732
	Based on Mean	,891	1	148	,347
	Based on Median	,475	1	148	,492
	Based on Median and with adjusted df	,475	1	143,966	,492
Total_Y	Based on trimmed mean	,915	1	148	,340
	Based on Mean	,407	1	148	,524
	Based on Median	,269	1	148	,605
	Based on Median and with adjusted df	,269	1	146,315	,605
	Based on trimmed mean	,403	1	148	,527

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total_X1	Between Groups	,546	1	,546	,034	,854
	Within Groups	2392,814	148	16,168		
	Total	2393,360	149			
Total_X2	Between Groups	4,527	1	4,527	,261	,610
	Within Groups	2568,866	148	17,357		
	Total	2573,393	149			
Total_X3	Between Groups	1,051	1	1,051	,089	,766
	Within Groups	1751,542	148	11,835		
	Total	1752,593	149			
Total_X4	Between Groups	4,536	1	4,536	,274	,601
	Within Groups	2449,464	148	16,550		
	Total	2454,000	149			
Total_Y	Between Groups	16,682	1	16,682	,449	,504
	Within Groups	5503,878	148	37,188		
	Total	5520,560	149			

C. Berdasarkan Penghasilan per Bulan (One Way Anova)

Descriptives									
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
Total	< Rp 2.000.000,00	124	23,27	4,123	,370	22,54	24,01	12	30
_X1	Rp 2.000.000,00 - Rp 3.000.000,00	17	22,76	3,364	,816	21,04	24,49	17	30
	> Rp 3.000.000,00	9	23,67	3,808	1,269	20,74	26,59	17	30
	Total	150	23,24	4,008	,327	22,59	23,89	12	30
Total	< Rp 2.000.000,00	124	28,55	4,224	,379	27,80	29,30	20	35
_X2	Rp 2.000.000,00 - Rp 3.000.000,00	17	28,18	4,142	1,005	26,05	30,31	21	35
	> Rp 3.000.000,00	9	28,00	3,536	1,179	25,28	30,72	24	35
	Total	150	28,47	4,156	,339	27,80	29,14	20	35
Total	< Rp 2.000.000,00	124	13,56	3,509	,315	12,94	14,19	6	20
_X3	Rp 2.000.000,00 - Rp 3.000.000,00	17	14,53	2,961	,718	13,01	16,05	7	19
	> Rp 3.000.000,00	9	15,56	2,603	,868	13,55	17,56	12	20
	Total	150	13,79	3,430	,280	13,24	14,35	6	20
Total	< Rp 2.000.000,00	124	22,87	4,169	,374	22,13	23,61	14	30
_X4	Rp 2.000.000,00 - Rp 3.000.000,00	17	22,53	3,044	,738	20,96	24,09	18	28
	> Rp 3.000.000,00	9	22,33	4,528	1,509	18,85	25,81	15	30
	Total	150	22,80	4,058	,331	22,15	23,45	14	30
Total	< Rp 2.000.000,00	124	44,91	6,168	,554	43,81	46,01	33	55
_Y	Rp 2.000.000,00 - Rp 3.000.000,00	17	42,76	4,931	1,196	40,23	45,30	33	51
	> Rp 3.000.000,00	9	44,44	6,912	2,304	39,13	49,76	35	55
	Total	150	44,64	6,087	,497	43,66	45,62	33	55

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Total_X 1	Based on Mean	,920	2	147	,401
	Based on Median	1,025	2	147	,361
	Based on Median and with adjusted df	1,025	2	145,317	,361
	Based on trimmed mean	,919	2	147	,401
Total_X 2	Based on Mean	,564	2	147	,570
	Based on Median	,534	2	147	,587
	Based on Median and with adjusted df	,534	2	146,565	,587
	Based on trimmed mean	,534	2	147	,587
Total_X 3	Based on Mean	1,453	2	147	,237
	Based on Median	1,219	2	147	,298
	Based on Median and with adjusted df	1,219	2	145,507	,298
	Based on trimmed mean	1,514	2	147	,224
Total_X 4	Based on Mean	1,455	2	147	,237
	Based on Median	1,688	2	147	,188
	Based on Median and with adjusted df	1,688	2	138,556	,189
	Based on trimmed mean	1,475	2	147	,232
Total_Y	Based on Mean	,684	2	147	,506
	Based on Median	,705	2	147	,496
	Based on Median and with adjusted df	,705	2	144,595	,496
	Based on trimmed mean	,666	2	147	,515

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total_X1	Between Groups	5,624	2	2,812	,173	,841
	Within Groups	2387,736	147	16,243		
	Total	2393,360	149			
Total_X2	Between Groups	4,213	2	2,107	,121	,887
	Within Groups	2569,180	147	17,477		

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Total	2573,393	149			
Total_X3	Between Groups	43,652	2	21,826	1,877	,157
	Within Groups	1708,941	147	11,625		
	Total	1752,593	149			
Total_X4	Between Groups	3,829	2	1,915	,115	,892
	Within Groups	2450,171	147	16,668		
	Total	2454,000	149			
Total_Y	Between Groups	69,255	2	34,627	,934	,395
	Within Groups	5451,305	147	37,084		
	Total	5520,560	149			





A. Uji Regresi Linier dengan Metode *Backward*

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTAL_X4, TOTAL_X1, TOTAL_X3, TOTAL_X2 ^b	.	Enter
2	.	TOTAL_X3	Backward (criterion: Probability of F- to-remove >= ,100).
3	.	TOTAL_X1	Backward (criterion: Probability of F- to-remove >= ,100).

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. All requested variables entered.

B. Tabel R-Square

Model Summary^d

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,748 ^a	,559	,547	4,096
2	,748 ^b	,559	,550	4,082
3	,747 ^c	,557	,551	4,078

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X1, TOTAL_X3, TOTAL_X2

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X1, TOTAL_X2

c. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X2

d. Dependent Variable: TOTAL_Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3088,446	4	772,111	46,032	,000 ^b
	Residual	2432,114	145	16,773		
	Total	5520,560	149			

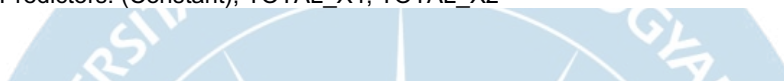
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
2	Regression	3087,530	3	1029,177	61,758	,000 ^c
	Residual	2433,030	146	16,665		
	Total	5520,560	149			
3	Regression	3076,440	2	1538,220	92,515	,000 ^d
	Residual	2444,120	147	16,627		
	Total	5520,560	149			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X1, TOTAL_X3, TOTAL_X2

c. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X1, TOTAL_X2

d. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X2



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,758	2,383		5,354	,000
	TOTAL_X1	,113	,152	,075	,746	,457
	TOTAL_X2	,715	,150	,488	4,763	,000
	TOTAL_X3	,032	,135	,018	,234	,816
	TOTAL_X4	,371	,133	,247	2,790	,006
2	(Constant)	12,790	2,371		5,394	,000
	TOTAL_X1	,121	,148	,080	,816	,416
	TOTAL_X2	,709	,148	,484	4,803	,000
	TOTAL_X4	,388	,111	,259	3,506	,001
3	(Constant)	12,797	2,369		5,403	,000
	TOTAL_X2	,793	,106	,541	7,493	,000
	TOTAL_X4	,407	,108	,271	3,752	,000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y