

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh harga, kualitas produk, citra merek terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* OPPO sebagai berikut:

- 1) Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *smartphone* OPPO di Yogyakarta. Dalam hal ini harga tidak terlalu menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian.
- 2) Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *smartphone* OPPO di Yogyakarta. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* OPPO. Pada konteks ini, kualitas produk bukan sebagai faktor utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
- 3) Citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian produk *smartphone* OPPO di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan konsumen akan melihat semakin baik citra suatu merek maka konsumen akan ingin merasakan menggunakan produk dari merek tersebut karena merek tersebut memiliki sesuatu yang berbeda dari merek lain.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis dari penelitian ini, penulis menjabarkan implikasi manajerial seperti berikut:

1. Berdasarkan hasil uji T, citra merek menjadi variabel satu-satunya yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu OPPO harus menjaga dan meningkatkan citra positif yang sudah tertanam dipikiran konsumen sehingga tetap menjadikan produk smartphone OPPO sebagai pilihan untuk dibeli.
2. Citra Merek menjadi variabel satu-satunya yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu OPPO terus dapat meningkatkan memberikan nilai tersendiri bagi penggunanya seperti terus meningkatkan fitur unggulannya seperti fitur efek kamera selfie yang sudah menjadi keunggulan merek, keunggulan merek ini menciptakan persepsi citra merek yang tertanam di dipikiran konsumen.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat dikembangkan atau diubah oleh peneliti selanjutnya, keterbatasan penelitian yaitu:

1. Dalam Proses pengambilan data yang diambil hanya menggunakan media google form, informasi yang diberikan oleh responden saat mengisi kuisisioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sejujur-jujurnya.
2. Penelitian ini hanya dilakukan kepada 100 responden sebagai konsumen produk smartphone OPPO di Daerah Istimewa Yogyakarta sehingga sampel

di dalam penelitian ini terbatas kepada 100 responden saja dan keakuratan hasil penelitian ini tidak maksimal.

3. Peneliti telah menetapkan kriteria sampel dalam penelitian ini yang dapat menjadi responden yaitu: Berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta, Pernah menggunakan produk smartphone merek OPPO. Pada kriteria Pernah menggunakan produk smartphone merek OPPO kurang spesifik dan kurang jelas segmen mana yang mau dituju sehingga harus diperjelas menjadi membeli dan menggunakan smartphone merek OPPO.

5.4 Saran

1. Pada peneliti selanjutnya diharapkan bisa menambah media penyebaran kuisisioner tidak hanya *online* melalui *google form* namun secara *offline*. Hal ini menyebabkan keterbatasan pengawasan yang dilakukan saat pengisian kuisisioner tidak maksimal dan ada kemungkinan pada saat pengisian kuisisioner responden kurang paham mengenai pernyataan di dalam kuisisioner dengan baik.
2. Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya, peneliti dapat memperluas sampel penelitian agar ruang lingkup penelitian menjadi lebih luas sehingga hasil penelitian bisa lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(2), 27–35.
- Ambon, B. R., Biak, S., & Gunung, J. (2020). 3) 1,2,3. 1(7).
- Dr. Wahidmurni, M. P., & Dosen. (2017). PEMAPARAN METODE PENELITIAN KUANTITATIF. *經濟志林*, 87(1,2), 149–200.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan / Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Fetriszen, & Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints*, 1, 1–9.
- Ghozali, I. (2011). *Ghozali_Imam_2011_Aplikasi_Analisis_Mult.pdf*.
- Gulo, S. N. A., Wahyu Ari Andriyanto, & Guritno, Y. (2021). Pengaruh Tekanan Ketaatan, Kompleksitas Tugas, dan Skeptisisme Profesional Terhadap Audit Judgment. *Prosiding Biema*, 2(1), 267–286.
- Gultom, R. M., Budiarto, B., & Utami, H. H. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya pada Loyalitas Konsumen

- Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 1(2), 81–94.
- Ikhsania, Z. (2015). Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP) Pengaruh Implementasi Internal Marketing Terhadap Kinerja Melalui Kepuasan. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 1(2), 59–69.
- Jack R. Fraenkel, Norman E. Wallen, H. H. H. (n.d.). *How to Design and evaluate research in education. (2nd ed). New York: McGraw-Hill Inc.*
- Kotler, & Keller. (2013). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk. *Jurnal Lmu Manajemen*, 5(4), 325.
- Maidarti, T., Azizah, M., Wibowo, E., & Nuswandari, I. (2022). Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Saraka Mandiri Semesta Bogor. *Deviratif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 127–145.
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*, 1(4), 9. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Nurahman, I., & Indrianto, A. P. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone (Survei Pada Konsumen Oppo Smartphone di Yogyakarta). *YUME : Journal of Management*, 4(2), 162–171. <https://doi.org/10.37531/yum.v11.75>
- Pratiwi, nuning. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi.

Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, 1, 213–214.

Rahman dan Yanti. (2016). Pengaruh Gaya Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ips Terpadu Di Kelas Vii Smp Negeri 1 Peudada. *Pendidikan Almuslim, 4(2), 117214.*

Reinaldo, I., & Chandra, S. (2020). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision at CV Sarana Berkat Pekanbaru. *5380/ Journal of Applied Business and Technology, 2020(2), 137–150.* www.e-jabt.org

Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik, 11(1), 432.*
<https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2011). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach, 6th Edition.*

Septiani, S., & Prambudi, B. (2021). Septiani and Prambudi/ JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's), Vol.14, No.2, 2021, p153-168. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo, 14(2), 153–168.*

Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprima). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya, 1(1), 92–102.*

Sholikhah, A. (2016). ST A TISTIK DESKRIPTIF A TIF Amiroton Sholikhah. *Komunika, 10(2), 342–362.*

- Sianturi, H. P., Hapsari Lubis, T. W., & Ginting, S. O. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Wings Surya Tbk pada Mahasiswa STIE Mikroskil. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(1), 25–36. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i1.773>
- Sinaga, D. (n.d.). *Buku Ajar Statistik Dasar*.
- Srirahayu, R. R. Y., & Arty, I. S. (2018). Validitas dan reliabilitas instrumen asesmen kinerja literasi sains pelajaran Fisika berbasis STEM. *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 22(2), 168–181. <https://doi.org/10.21831/pep.v22i2.20270>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen(Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013 / 2014 dan 2014 / 2015 Pengguna Kartu P. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44–48.
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *Python Cookbook*, 706. <http://oreilly.com/catalog/errata.csp?isbn=9781449340377>
- Yuliani. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Google Form

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (STUDI KASUS PADA PENGGUNA SMARTPHONE OPPO DI YOGYAKARTA)

Kepada responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Dionisius Paskalis Adi Prabowo dari mahasiswa Program Studi S1 jurusan Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY). Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan skripsi saya yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone OPPO di Yogyakarta)

<https://forms.gle/nnuT3p5HVzfwJnn6>

Kesediaan dan bantuan anda sangat berarti bagi saya dalam proses tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan anda untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner penelitian tugas akhir saya dengan sesungguhnya. merek OPPO

Seluruh data dan informasi yang diperoleh akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk tujuan akademis dan kebutuhan penelitian.

Atas ketersediaanya dalam mengisi kuisisioner ini saya ucapkan terima kasih.

Identitas Responden

1. Umur
2. Jenis Kelamin
3. Pekerjaan

Pertanyaan Filter

1. Apakah anda pernah membeli dan menggunakan smartphone OPPO
2. Apakah anda berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta

Kuesioner

Saya mohon kesediaan Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini dengan memberi tanda

(✓) pada kolom yang telah disediakan

Kriteria jawabahn adalah sebagai berikut:

- | | |
|------------------------|-------|
| 1. Sangat Setuju | : SS |
| 2. Setuju | : S |
| 3. Netral | : N |
| 4. Tidak Setuju | : TS |
| 5. Sangat Tidak Setuju | : STS |

1. Harga

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Smartphone OPPO memiliki harga yang terjangkau					
2	Harga smartphone OPPO sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan					
3	Harga Smartphone OPPO dapat bersaing di pasar					
4	Smartphone OPPO sesuai dengan manfaat yang diberikan					

2. Kualitas Produk

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Smartphone OPPO sangat mudah untuk digunakan					
2	Saya sangat puas dengan ketahanan dari baterai smartphone OPPO					
3	Spesifikasi yang ada pada smartphone OPPO sesuai dengan harapan saya					
4	Smartphone OPPO memiliki fitur tambahan yang menarik					
5	Produk smartphone OPPO memiliki kehandalan layar yang tidak mudah pecah					

3. Citra Merek

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Smartphone OPPO memberikan nilai tersendiri bagi penggunanya					
2	Smartphone OPPO memiliki reputasi yang baik					

3	Smartphone OPPO memberikan benefit lebih dari pada merek lainnya					
4	Smartphone OPPO memiliki daya tariknya tersendiri dibanding dengan merek lainnya					

4. Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Smartphone OPPO memiliki beragam varian produk					
	Smartphone OPPO memiliki ketersediaan stok produk yang cukup dipasaran					
	Setelah memakai produk Smartphone dari OPPO, saya memutuskan untuk membeli produk Smartphone dari OPPO lagi dimasa depan					
	Saya memutuskan membeli produk pada saat membutuhkan					

Lampiran 2 Data Identitas Responden

Jenis Kelamin	Usia Saat Ini?	H1	H2	H3	H4	Total H	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Total KP	CM1	CM2	CM3	CM4	Total CM	K1	K2	K3	K4	Total K (Y)
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	5	4	5	18	4	5	5	4	4	22	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	4	5	4	18	5	5	4	4	5	23	4	5	4	4	17	4	3	4	4	15
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	4	5	4	18	5	5	4	4	5	23	4	5	4	4	17	4	3	4	4	15
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	4	5	4	18	5	5	4	4	5	23	4	5	4	4	17	4	3	4	4	15
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	4	5	4	18	5	5	4	4	5	23	4	5	4	4	17	4	3	4	4	15
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
Perempuan	21 - 30 Tahun	3	3	3	4	13	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	13	4	3	3	3	13
Perempuan	< 20 Tahun	3	3	3	3	12	4	4	3	3	4	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
Perempuan	21 - 30 Tahun	4	4	4	5	17	4	4	5	5	4	22	4	5	5	4	18	5	5	5	4	19
Perempuan	21 - 30 Tahun	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16
Perempuan	21 - 30 Tahun	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16
Perempuan	21 - 30 Tahun	5	4	4	4	17	4	5	4	1	1	15	4	4	4	2	14	4	5	2	4	15
Perempuan	21 - 30 Tahun	5	5	5	4	19	4	5	4	5	4	22	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	4	4	4	17	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
Perempuan	< 20 Tahun	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	21	5	4	5	5	19	5	4	4	4	17
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
Laki-Laki	31-40 Tahun	4	4	5	4	17	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
Perempuan	21 - 30 Tahun	3	4	3	2	12	3	2	2	3	2	12	2	3	2	2	9	4	3	2	4	13
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	3	3	3	3	12	4	2	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	2	2	10
Perempuan	21 - 30 Tahun	4	5	4	5	18	4	4	5	4	4	21	5	5	4	4	18	5	5	4	5	19

Laki-Laki	31-40 Tahun	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	17	4	4	4	5	17
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	5	4	4	17	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	5	4	4	17	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17
Perempuan	21 - 30 Tahun	3	3	4	4	14	4	4	3	4	3	18	4	5	3	4	16	4	4	4	4	16
Perempuan	< 20 Tahun	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15	3	4	4	3	14
Laki-Laki	< 20 Tahun	2	4	4	3	13	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	4	5	4	17	5	2	2	4	2	15	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
Laki-Laki	31-40 Tahun	4	4	4	5	17	4	5	5	5	4	23	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	4	4	4	16	5	5	4	4	4	22	4	5	4	4	17	5	5	4	4	18
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	2	3	4	13	5	4	2	2	4	17	4	5	2	2	13	4	5	2	3	14
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	3	4	3	4	14	1	2	3	3	3	12	4	3	1	2	10	5	2	2	3	12
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	4	5	1	14	4	3	2	2	4	15	2	1	1	1	5	2	4	5	5	16
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	4	3	2	13	4	3	2	1	1	11	4	2	4	3	13	5	4	3	3	15
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	5	4	4	17	5	5	5	5	4	24	5	4	4	5	18	4	5	5	5	19
Laki-Laki	< 20 Tahun	4	5	4	5	18	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
Laki-Laki	31-40 Tahun	4	4	4	4	16	4	5	4	4	5	22	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
Perempuan	21 - 30 Tahun	5	4	4	4	17	4	4	5	5	5	23	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17
Perempuan	21 - 30 Tahun	5	4	5	4	18	4	5	4	5	4	22	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	4	2	4	14	4	3	4	2	4	17	3	3	4	3	13	5	5	4	4	18
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	5	4	4	17	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
Perempuan	< 20 Tahun	5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	17	4	5	4	5	18
Perempuan	31-40 Tahun	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	5	4	4	17	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17

Perempuan	< 20 Tahun	2	3	3	4	12	4	4	3	4	4	19	4	4	2	3	13	4	4	2	3	13
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	3	4	3	4	14	3	4	4	3	4	18	3	4	3	4	14	4	4	3	3	14
Perempuan	41-50 Tahun	5	5	5	5	20	5	3	2	2	5	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
Perempuan	41-50 Tahun	1	2	3	2	8	5	4	1	2	5	17	4	5	1	5	15	5	5	1	2	13
Perempuan	< 20 Tahun	5	2	2	2	11	2	3	2	2	5	14	2	5	2	2	11	5	5	1	2	13
Perempuan	21 - 30 Tahun	4	5	5	4	18	3	2	2	5	3	15	5	3	4	5	17	5	5	4	4	18
Laki-Laki	31-40 Tahun	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
Perempuan	21 - 30 Tahun	5	5	5	5	20	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
Perempuan	21 - 30 Tahun	5	2	3	4	14	5	4	3	5	5	22	4	5	3	3	15	5	5	3	4	17
Perempuan	31-40 Tahun	5	5	5	4	19	4	4	4	4	5	21	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	2	2	2	3	9	3	5	2	4	4	18	4	4	3	3	14	5	4	3	3	15
Perempuan	41-50 Tahun	2	2	2	3	9	5	5	3	2	2	17	4	3	2	2	11	5	5	1	1	12
Laki-Laki	< 20 Tahun	5	5	4	5	19	5	5	4	4	4	22	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	5	4	4	18	5	5	4	4	4	22	4	5	4	4	17	5	5	5	4	19
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
Perempuan	21 - 30 Tahun	4	5	5	4	18	5	4	4	5	4	22	5	4	4	5	18	4	5	4	5	18
Perempuan	21 - 30 Tahun	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	1	2	3	5	11	2	4	1	4	2	13	4	1	2	2	9	4	4	1	2	11
Perempuan	21 - 30 Tahun	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
Laki-Laki	< 20 Tahun	5	4	4	5	18	5	5	4	1	3	18	4	4	4	5	17	4	5	4	4	17
Perempuan	21 - 30 Tahun	5	4	4	4	17	4	5	5	5	5	24	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
Perempuan	31-40 Tahun	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	1	4	4	3	12	4	3	4	2	3	16	3	4	4	4	15	4	4	3	3	14
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	5	5	4	19	5	4	4	5	4	22	5	5	4	5	19	4	4	4	5	17
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	15	4	3	3	3	13

Perempuan	21 - 30 Tahun	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19
Perempuan	31-40 Tahun	5	5	5	5	20	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	4	4	5	17	4	5	5	4	4	22	5	5	5	5	20	3	4	4	4	15
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	5	4	4	18	4	4	5	5	5	23	5	5	4	4	18	5	5	4	4	18
Perempuan	21 - 30 Tahun	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	4	4	4	16	5	4	4	5	4	22	5	5	4	5	19	4	5	4	5	18
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
Perempuan	21 - 30 Tahun	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	18	4	5	5	5	19
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	4	5	4	17	5	4	5	4	4	22	1	2	2	5	10	2	2	2	2	8
Laki-Laki	< 20 Tahun	4	5	5	5	19	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	16	2	2	4	5	13
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	5	4	4	4	17	5	4	4	5	5	23	4	4	2	4	14	1	2	1	3	7
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	4	4	4	16	4	5	2	3	4	18	2	4	1	4	11	1	4	4	3	12
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	2	2	1	1	6	1	4	2	1	3	11	2	2	2	1	7	4	4	1	2	11
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	4	1	1	2	8	2	2	1	1	2	8	1	1	2	1	5	4	5	1	1	11
Laki-Laki	21 - 30 Tahun	2	1	3	1	7	4	2	1	2	4	13	1	2	1	2	6	4	4	2	1	11
Perempuan	21 - 30 Tahun	2	2	2	3	9	2	3	2	3	1	11	1	3	2	4	10	1	3	2	2	8

Lampiran 3 Uji Validitas

Harga

		Correlations				
		H1	H2	H3	H4	Total
H1	Pearson Correlation	1	.622**	.613**	.523**	.818**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
H2	Pearson Correlation	.622**	1	.773**	.655**	.897**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
H3	Pearson Correlation	.613**	.773**	1	.615**	.879**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
H4	Pearson Correlation	.523**	.655**	.615**	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.818**	.897**	.879**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100

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

Kualitas Produk

		Correlations					
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	TOTAL
KP1	Pearson Correlation	1	.496**	.476**	.378**	.479**	.704**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
KP2	Pearson Correlation	.496**	1	.591**	.421**	.468**	.743**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
KP3	Pearson Correlation	.476**	.591**	1	.664**	.524**	.853**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
KP4	Pearson Correlation	.378**	.421**	.664**	1	.570**	.806**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
KP5	Pearson Correlation	.479**	.468**	.524**	.570**	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.704**	.743**	.853**	.806**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Citra Merek

Correlations						
		CM1	CM2	CM3	CM4	TOTAL
CM1	Pearson Correlation	1	.624**	.720**	.610**	.863**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
CM2	Pearson Correlation	.624**	1	.591**	.601**	.818**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
CM3	Pearson Correlation	.720**	.591**	1	.690**	.886**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
CM4	Pearson Correlation	.610**	.601**	.690**	1	.849**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.863**	.818**	.886**	.849**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100

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

Correlations						
		K1	K2	K3	K4	TOTAL
K1	Pearson Correlation	1	.575**	.303**	.324**	.677**
	Sig. (2-tailed)		<,001	.002	.001	<,001
	N	100	100	100	100	100
K2	Pearson Correlation	.575**	1	.343**	.329**	.683**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
K3	Pearson Correlation	.303**	.343**	1	.836**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.002	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
K4	Pearson Correlation	.324**	.329**	.836**	1	.847**
	Sig. (2-tailed)	.001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.677**	.683**	.851**	.847**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 4 Uji Reliabilitas

Variabel Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.830	5

Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.801	6

Citra Merek

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.830	5



Lampiran 5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Produk, Harga, Citra Merek ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.600	.587	1.94314
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Citra Merek				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	542.912	3	180.971	47.929	<,001 ^b
	Residual	362.478	96	3.776		
	Total	905.390	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Citra Merek						

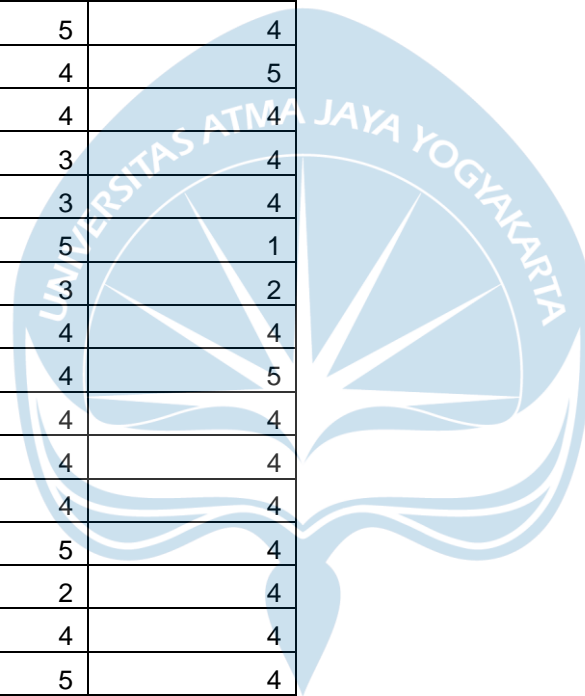
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.960	1.089		4.555	<,001
	Citra Merek	.539	.103	.620	5.252	<,001
	Harga	.146	.103	.162	1.412	.161
	Kualitas Produk	.019	.084	.023	.222	.825
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Lampiran 6 Data Kuisiner

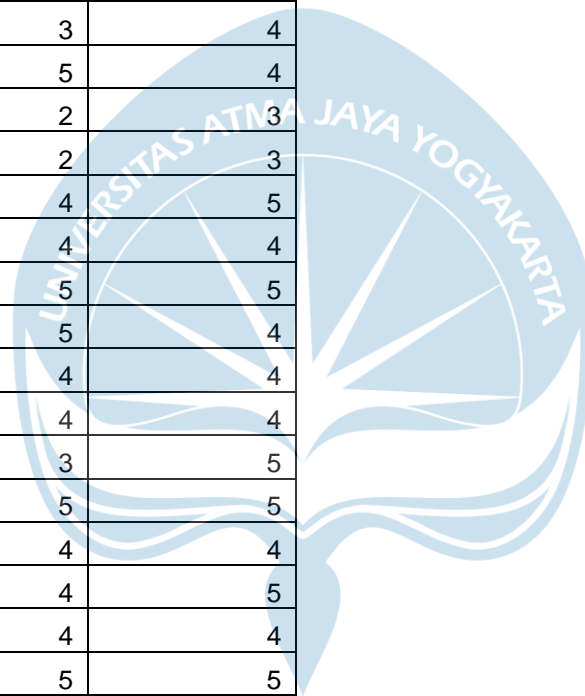
A. Pernyataan Variabel Harga

No	H1	H2	H3	H4
1	4	5	4	5
2	5	4	5	4
3	5	4	5	4
4	5	4	5	4
5	5	4	5	4
6	5	4	5	4
7	4	5	5	5
8	3	3	3	4
9	3	3	3	3
10	4	4	4	5
11	3	3	3	3
12	3	3	3	3
13	5	4	4	4
14	5	5	5	4
15	5	4	4	4
16	5	5	5	5
17	5	4	4	4
18	4	4	5	4
19	3	4	3	2
20	3	3	3	3
21	4	5	4	5
22	4	4	4	4
23	4	5	4	4
24	4	5	4	4

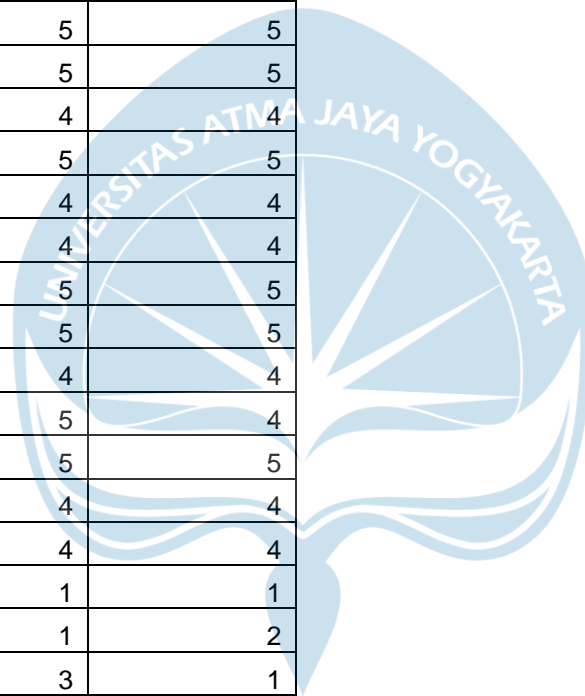
25	3	3	4	4
26	3	4	4	4
27	4	4	5	4
28	2	4	4	3
29	4	4	4	4
30	4	4	5	4
31	4	4	4	5
32	4	4	4	4
33	4	2	3	4
34	3	4	3	4
35	4	4	5	1
36	4	4	3	2
37	4	5	4	4
38	4	5	4	5
39	4	4	4	4
40	5	5	4	4
41	5	4	4	4
42	5	4	5	4
43	4	4	2	4
44	4	5	4	4
45	5	5	5	4
46	4	5	4	4
47	4	5	4	4
48	4	5	5	4
49	2	3	3	4
50	3	4	3	4
51	5	5	5	5



52	1	2	3	2
53	5	2	2	2
54	4	5	5	4
55	5	5	5	5
56	5	5	5	5
57	5	2	3	4
58	5	5	5	4
59	2	2	2	3
60	2	2	2	3
61	5	5	4	5
62	5	5	4	4
63	5	5	5	5
64	4	5	5	4
65	4	4	4	4
66	4	4	4	4
67	1	2	3	5
68	5	5	5	5
69	4	4	4	4
70	5	4	4	5
71	5	4	4	4
72	5	5	5	5
73	1	4	4	3
74	5	5	5	4
75	4	4	4	4
76	5	5	5	5
77	5	5	5	5
78	5	5	5	5



79	5	5	5	5
80	4	4	4	5
81	5	5	5	5
82	5	5	4	4
83	5	5	5	5
84	5	5	5	5
85	5	5	5	5
86	4	4	4	4
87	5	5	5	5
88	5	5	4	4
89	4	4	4	4
90	5	5	5	5
91	5	5	5	5
92	5	5	4	4
93	4	4	5	4
94	4	5	5	5
95	5	4	4	4
96	4	4	4	4
97	2	2	1	1
98	4	1	1	2
99	2	1	3	1
100	2	2	2	3



B. Pernyataan Variabel Kualitas Produk

No	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5
1	4	5	5	4	4

2	5	5	4	4	5
3	5	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5
5	5	5	4	4	5
6	5	5	4	4	5
7	5	5	5	5	5
8	4	4	4	4	4
9	4	4	3	3	4
10	4	4	5	5	4
11	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4
13	4	5	4	1	4
14	4	5	4	5	4
15	4	4	5	5	4
16	5	4	4	4	5
17	4	4	4	4	4
18	4	4	4	5	4
19	3	2	2	3	3
20	4	2	3	3	4
21	4	4	5	4	4
22	5	4	4	4	5
23	4	4	5	4	4
24	4	4	4	5	4
25	4	4	3	4	4
26	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4
28	4	4	3	4	4

29	4	4	4	4	4
30	5	2	2	4	5
31	4	5	5	5	4
32	5	5	4	4	5
33	5	4	2	2	5
34	1	2	3	3	1
35	4	3	2	2	4
36	4	3	2	1	4
37	5	5	5	5	5
38	5	4	5	4	5
39	4	5	4	4	4
40	4	4	4	4	4
41	4	4	5	5	4
42	4	5	4	5	4
43	4	3	4	2	4
44	5	4	4	4	5
45	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4
47	5	4	4	4	5
48	4	4	4	4	4
49	4	4	3	4	4
50	3	4	4	3	3
51	5	3	2	2	5
52	5	4	1	2	5
53	2	3	2	2	2
54	3	2	2	5	3
55	5	4	5	5	5

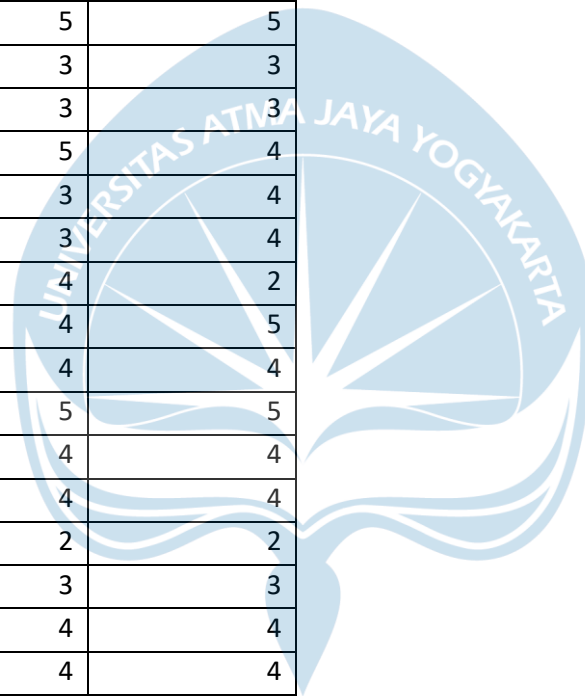
56	4	4	4	4	4
57	5	4	3	5	5
58	4	4	4	4	4
59	3	5	2	4	3
60	5	5	3	2	5
61	5	5	4	4	5
62	5	5	4	4	5
63	5	4	5	5	5
64	5	4	4	5	5
65	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4
67	2	4	1	4	2
68	4	4	4	4	4
69	5	5	5	5	5
70	5	5	4	1	5
71	4	5	5	5	4
72	5	5	5	5	5
73	4	3	4	2	4
74	5	4	4	5	5
75	3	3	3	3	3
76	4	4	5	5	4
77	5	5	5	5	5
78	4	4	4	5	4
79	4	5	5	5	4
80	4	5	5	4	4
81	5	5	5	5	5
82	4	4	5	5	4

83	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5
86	5	4	4	5	5
87	5	5	5	5	5
88	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5
92	4	4	4	4	4
93	5	4	5	4	5
94	4	4	5	5	4
95	5	4	4	5	5
96	4	5	2	3	4
97	1	4	2	1	1
98	2	2	1	1	2
99	4	2	1	2	4
100	2	3	2	3	2

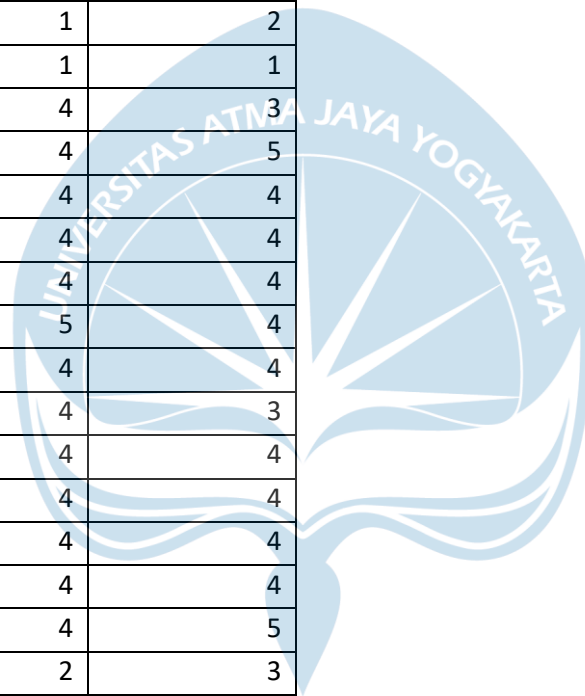
C. Pernyataan Citra Merek

No	CM1	CM2	CM3	CM4
1	5	4	5	5

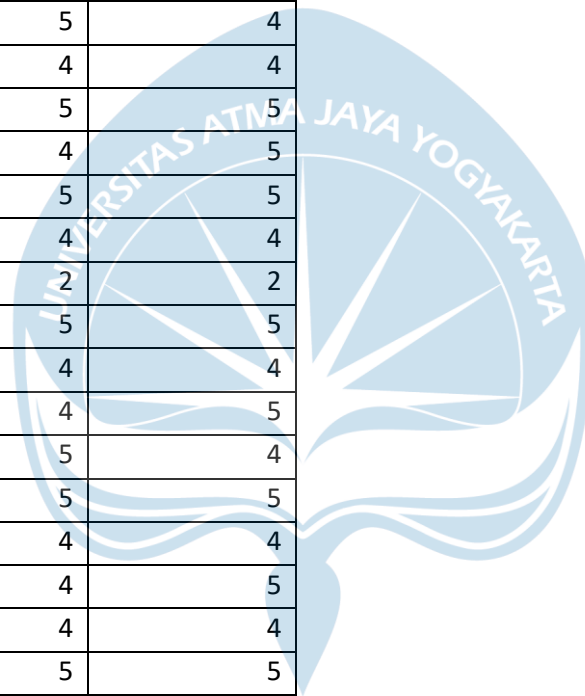
2	4	5	4	4
3	4	5	4	4
4	4	5	4	4
5	4	5	4	4
6	4	5	4	4
7	5	5	5	5
8	4	3	3	3
9	3	3	3	3
10	4	5	5	4
11	3	3	3	4
12	3	3	3	4
13	4	4	4	2
14	5	5	4	5
15	4	4	4	4
16	5	4	5	5
17	4	4	4	4
18	5	4	4	4
19	2	3	2	2
20	3	3	3	3
21	5	5	4	4
22	4	5	4	4
23	4	4	4	4
24	5	4	4	4
25	4	5	3	4
26	4	4	4	4
27	4	4	4	3
28	4	4	4	4



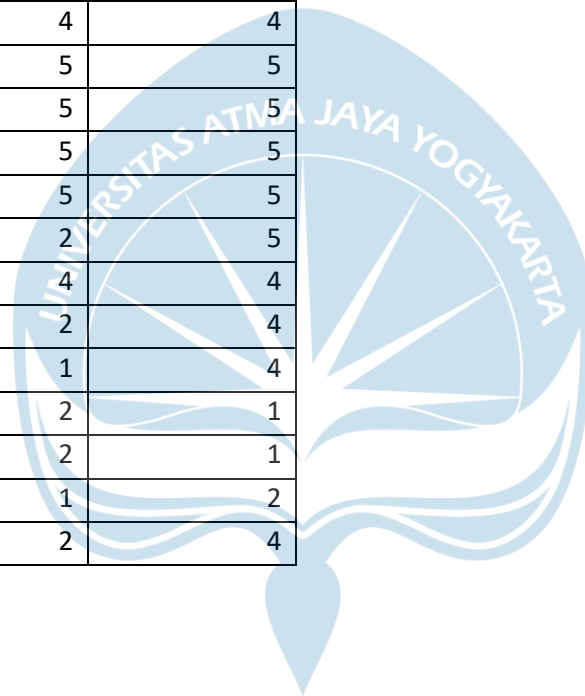
29	5	4	4	4
30	4	5	4	4
31	4	4	4	4
32	4	5	4	4
33	4	5	2	2
34	4	3	1	2
35	2	1	1	1
36	4	2	4	3
37	5	4	4	5
38	4	4	4	4
39	4	5	4	4
40	4	4	4	4
41	4	4	5	4
42	5	4	4	4
43	3	3	4	3
44	4	4	4	4
45	4	5	4	4
46	4	5	4	4
47	4	4	4	4
48	4	4	4	5
49	4	4	2	3
50	3	4	3	4
51	5	5	5	5
52	4	5	1	5
53	2	5	2	2
54	5	3	4	5
55	5	5	5	5



56	5	5	5	5
57	4	5	3	3
58	5	5	5	4
59	4	4	3	3
60	4	3	2	2
61	4	5	5	4
62	4	5	4	4
63	5	5	5	5
64	5	4	4	5
65	4	5	5	5
66	4	4	4	4
67	4	1	2	2
68	5	5	5	5
69	4	4	4	4
70	4	4	4	5
71	5	5	5	4
72	5	5	5	5
73	3	4	4	4
74	5	5	4	5
75	3	4	4	4
76	5	5	5	5
77	4	4	4	4
78	4	4	4	5
79	5	5	5	5
80	5	5	5	5
81	5	5	5	5
82	5	5	4	4

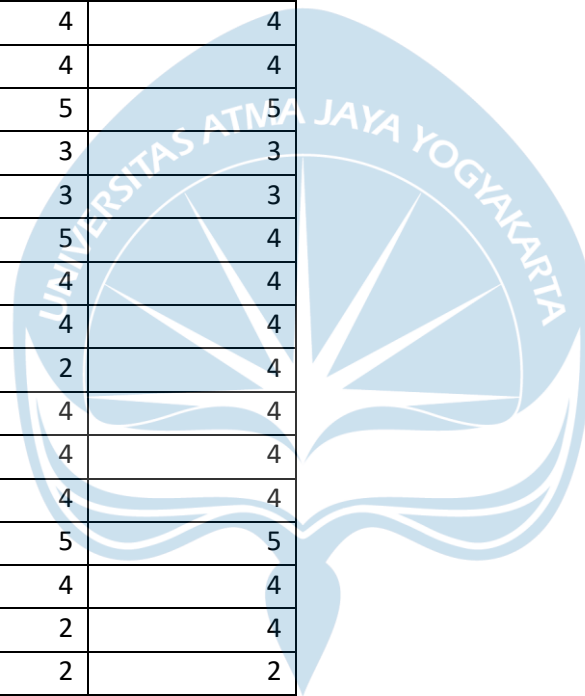


83	4	4	4	4
84	5	4	5	5
85	5	5	5	5
86	5	5	4	5
87	5	4	5	5
88	4	4	4	4
89	5	5	5	5
90	5	5	5	5
91	4	4	5	5
92	5	5	5	5
93	1	2	2	5
94	4	4	4	4
95	4	4	2	4
96	2	4	1	4
97	2	2	2	1
98	1	1	2	1
99	1	2	1	2
100	1	3	2	4

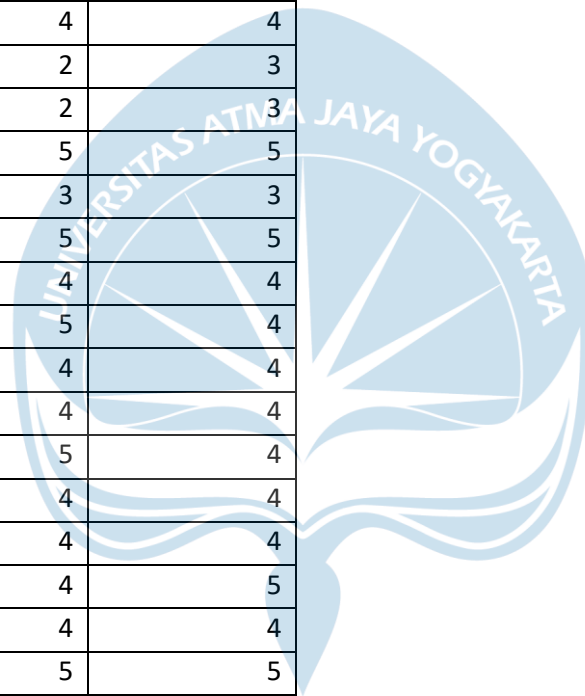


D. Pernyataan Keputusan Pembelian

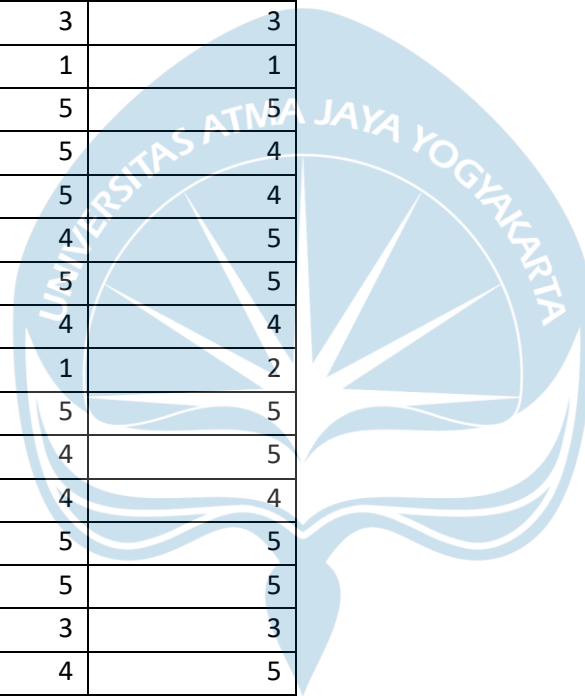
No	K1	K2	K3	K4
1	5	4	5	5
2	4	3	4	4
3	4	3	4	4
4	4	3	4	4
5	4	3	4	4
6	4	3	4	4
7	5	5	5	5
8	4	3	3	3
9	3	3	3	3
10	5	5	5	4
11	4	4	4	4
12	4	4	4	4
13	4	5	2	4
14	4	4	4	4
15	4	4	4	4
16	5	4	4	4
17	5	5	5	5
18	4	4	4	4
19	4	3	2	4
20	3	3	2	2
21	5	5	4	5
22	4	4	4	5
23	4	5	4	4
24	4	4	4	5
25	4	4	4	4
26	4	4	3	4



27	3	4	4	3
28	4	4	4	4
29	4	4	5	4
30	4	4	4	4
31	5	5	5	5
32	5	5	4	4
33	4	5	2	3
34	5	2	2	3
35	2	4	5	5
36	5	4	3	3
37	4	5	5	5
38	4	5	4	4
39	5	4	5	4
40	4	4	4	4
41	4	5	4	4
42	4	4	5	4
43	5	5	4	4
44	4	5	4	4
45	4	5	4	5
46	4	5	4	4
47	4	4	5	5
48	4	4	4	5
49	4	4	2	3
50	4	4	3	3
51	5	5	5	5
52	5	5	1	2
53	5	5	1	2



54	5	5	4	4
55	4	5	5	5
56	5	4	4	5
57	5	5	3	4
58	5	5	4	5
59	5	4	3	3
60	5	5	1	1
61	5	4	5	5
62	5	5	5	4
63	4	5	5	4
64	4	5	4	5
65	5	5	5	5
66	4	4	4	4
67	4	4	1	2
68	5	5	5	5
69	4	4	4	5
70	4	5	4	4
71	5	5	5	5
72	5	5	5	5
73	4	4	3	3
74	4	4	4	5
75	4	3	3	3
76	5	5	4	5
77	5	5	5	5
78	5	5	4	5
79	5	5	5	5
80	3	4	4	4



81	5	5	5	5
82	5	5	4	4
83	5	4	4	4
84	5	5	5	5
85	5	5	5	5
86	4	5	4	5
87	5	5	5	5
88	4	4	4	4
89	5	5	4	5
90	5	5	5	5
91	4	5	5	5
92	5	4	5	5
93	2	2	2	2
94	2	2	4	5
95	1	2	1	3
96	1	4	4	3
97	4	4	1	2
98	4	5	1	1
99	4	4	2	1
100	1	3	2	2

