

DAFTAR PUSTAKA

Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka*, 12(1), 32–39. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JurnalManajemen>

Amdhani, R., Wati, E. E., & Purwanto, K. (2022). Analisis Promosi, Kualiatas Produk dan Brad Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Metic Beat Oleh Mahasiswa UNDHARI jurnal Manajemen Dewantara(Vol6, issue 3) <https://www.gridoto.com/read/223100198/merek-motor-terlaris-sepanjang-2021-honda-tembus-3->

Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>

Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati LamperKotaSemarang).6(3),96.107.<http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>

Dian, S., Siahaan, N., & Putriku, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2), 31–35.

Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi *brand awareness Article info A b s t r a c t. In Insight Management Journal* (Vol. 2, Issue 3). <https://journals.insightpub.org/index.php/imj>

Handayani, V., & Rahayu, Y. (2021). Pengaruh Kualiatas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Luxio (Studi Kasus Pada Tunas Daihatsu Ahmad Yani Bandung). *Jurnal Sain Manajemen* (Vol.3, Issue 2). <http://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>

Lystia, C. W. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelia: Harga, Promosi dan Kualiatas Produk (Literature Riview Manajemen Pemasaran) *Jurnal Imlu Manajemen Terapan*, 3(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>

Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualiatas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Surevey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1172–1184.

Nel Arianty, A. A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>

Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk *Garnier Influence of Prices, Product Quality and Brand Image on Garnier Product Purchase Decisions*. *Jurnal Sinar Manajemen E-ISSN 2598-398X || P-ISSN 2337-8743*, 08(02), 98–104.

Sandy Immanuel Lila, Robert Winerungan, & Stefani Angmalisang. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian PT. Tuna Dwipa Matras Pos Tondano (Vol. 2020, Issue 2).

Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41–52.

Sondak, C., Tumbel, A., Lintong, D., Sondak, C., Tumbel, A. L., Ch Lintong, D. A., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2021). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di PT. Indogrosir Manado. 9(2), 754–764.

Suria Alamsyah Putra, SE., M. (2019). Anlisa Peramalan Penjualan dan Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Padi 20230213. *Jurnal Ilmiah “Jumansi Stindo” Medan*, 1(3).



Lampiran 1

KUISONER PENELITIAN

Assalamulalaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kepada Yth.

Saudara/i

Perkenalkan nama saya Rika Fatonah Akasa, mahasiswa Universitas Nasional Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **“PENGARUH KULITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOISTURAIZER GEL SKINTIFIC DI JAKARTA SELATAN”**

Dengan ini saya memohon kepada saudara/i untuk memberikan jawaban sesuai. Kuisoner ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai Analisis Faktor-Faktor Yang Akan Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Moisturaizer Gel Skintific Di Jakarta Selatan. Jawaban saudara akan saya jaga kerahasiaannya sesuai dengan kode etik penelitian. Terimakasih sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisoner ini. Semua informasi dan jawaban yang sudah anda berikan tidak bernilai benar ataupun salah, namun jawaban terbaik adalah jawab yang sesuai dengan diri anda’

Wassalamulalaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya,

Rika Fatonah Akasa

A. Penyarinagn Pernyataan

1. Apakah anda pernah membeli dan memakia prosuk Mosituriazer Gel Skintific minimal 1 kali?

- YA
- TIDAK

Note : Jika jawaban anda “YA’ anda dapat melanjutkan pengisian kuisoner ,
Jika “TIDAK’ pengisian kuisonel cukup sampai di sini, terimakasih

B. Identitas Responden

Email :

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin :

- Pria
- Wanita

Usia :

- 17-27 Tahun
- 28-38 Tahun
- 39-49 Tahun
- 50-55 Tahun

Pekerjaan :

- Mahasiswa/ pelajar
- Karyawan Swasta
- Wiraswasta
- Pegawai Negeri
- Lainnya

Pendapatan :

- Rp 500.000,- s/d Rp 1.000.000,-
- Rp 1.100.000 s/d Rp 3.000.000,-
- Rp 3.100.000,- s/d Rp 5.000.000,-
- Rp 5.100.000,- s/d Rp 7.000.000,-



- Rp 7.100.000,- s/d Rp 10.000.000,-
- >Rp 10.000.000,-

C. Petunjuk Pengisian

Pilihlah jawaban pada salah satu kolom alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Keternagn alternatif jawaban sebagai berikut

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

1. Kualiatas Produk (X1)

No	Pernyataan	Frekuanesi Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Bentuk (Form)						
1	Produk Moisturaizer Gel Skintific memiliki tekstur yang cukup cair saat di aplikasikan ke wajah					
Fitur (Feature)						
2	Produk Moisturaizer Gel Skintific mampu mengatasi bekas jerawat.					
Kualitas kinerja (Performance Quality)						
3	Produk Moisturaizer Gel Skintific memiliki formulasi yang ringan saat diaplikasikan ke wajah					
Ketahanan (Durability)						
4	Produk Moisturaizer Gel Skintific mampu memberikaan kelembapan selama 24 jam.					
Keandalan (Reability)						
5	Produk Moisturaizer Gel Skintific memiliki formula yang sesuai dengan jenis kulit saya.					
Desain (Design)						
6	Produk Moisturaizer Gel Skintific memiliki kemasan yang menarik					

2. Brand Image (X2)

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Kekuatan (Strengthness)						
1	Moisturizer gel skintific memiliki citra yang baik dimana Mosituraizer Gel Skintific ini tidak mengandung zat kimia terlarang didalamnya					
Keunikan (Uniqueness)						
2	Moisturizer gel skintific memiliki citra merek yang baik dengan kemampuannya dalam melembutkan kulit di bandingkan produk lainnya					
Kesukaan (Favorable)						
3	Moisturizer gel skintific memiliki citra merek yang baik karena kemampuannya dalam memperbaiki elastisitas kulit wajah					

3. Promosi Penjualan

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Contoh produk (sampel)						
1	Moisturizer gel skintific selalu memberikan sampel setiap pembelian pertama					
Diskon						
2	Moisturizer gel skintific selalu memberikan diskon setiap pembelian minimal dua item					
Hadiah Pelanggan						
3	Moisturizer gel skintific selalu memberikan hadiah kepada para penggunannya.					
Pameran Dagang atau Konvensi						
4	Moisturizer gel skintific selalu menyelenggarakan pameran produknya.					

4. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Kemantapan Pada Sebuah Produk						
1	Saya yakin untuk selalu membeli produk Moisturizer gel skintific karena memiliki keunggulan dibanding merek lain					
Kebiasaan Dalam Membeli Produk						
2	Saya selalu membeli Moisturizer gel skintific untuk kebutuhan perawatan kulit wajah saya					
Memberikan Rekomendasi Pada Orang Lain						
3	Saya selalu merekomendasikan Moisturizer gel skintific kepada kerabat, teman, keluarga					
Melakukan Pembelian Ulang						
4	Saya akan membeli produk Moisturizer gel skintific kembali di masa mendatang					



LAMPIRAN 2
TABULASI JAWABAN RESPONDEN
JAWABAN KUISONER KULITAS PRODUK (X1)

VARIABEL X1						TOTAL
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
4	4	4	3	3	3	21
3	4	5	4	5	3	24
4	4	3	5	4	4	24
4	3	5	4	4	4	24
4	4	3	4	4	3	22
3	2	5	5	5	5	25
3	3	5	3	3	3	20
4	4	4	4	3	4	23
3	5	3	5	5	5	26
4	2	4	4	4	4	22
4	4	4	3	5	5	25
5	3	5	4	4	4	25
5	5	3	3	4	4	24
4	5	2	5	5	5	26
5	5	5	5	5	5	30
3	1	3	2	3	4	16
4	5	4	3	5	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	3	4	4	23
5	5	5	5	5	5	30
4	2	4	2	4	4	20
4	5	5	4	4	4	26
3	3	2	3	2	3	16
4	4	4	2	4	4	22
1	4	4	4	5	5	23
1	4	5	4	3	4	21
2	5	4	4	4	4	23
2	5	5	5	5	5	27
1	4	5	3	5	5	23
1	2	3	3	4	5	18
1	3	4	3	4	3	18
1	3	3	4	3	5	19
1	2	4	4	4	5	20
1	2	3	5	5	4	20
1	3	3	4	4	4	19
2	3	3	4	3	3	18
1	3	3	4	4	4	19
1	3	3	4	4	4	19
1	4	4	4	4	4	21
1	3	3	4	4	4	19

2	3	3	4	4	4	20
2	5	5	4	4	4	24
1	3	3	4	4	5	20
1	3	3	3	4	5	19
2	5	4	3	3	5	22
2	3	4	4	3	3	19
3	3	4	4	3	3	20
3	3	4	3	3	5	21
2	3	3	3	3	4	18
3	3	4	5	4	5	24
3	3	4	3	3	5	21
4	3	4	3	3	4	21
1	5	5	4	3	4	22
2	3	3	4	4	5	21
3	4	4	4	3	4	22
4	3	5	5	4	4	25
3	4	4	5	5	4	25
2	3	5	4	5	5	24
2	3	4	5	5	4	23
2	3	4	4	4	5	22
1	5	5	5	4	3	23
1	5	4	5	4	4	23
2	4	5	5	4	3	23
1	4	4	5	4	5	23
5	4	5	4	4	5	27
3	4	5	5	5	4	26
1	2	3	4	3	4	17
1	5	4	4	4	5	23
2	4	3	3	4	5	21
1	4	3	4	4	3	19
1	3	4	4	3	5	20
3	2	5	2	3	4	19
2	3	4	2	4	3	18
1	2	5	3	3	5	19
1	3	5	4	4	5	22
2	3	4	5	4	4	22
2	3	5	3	4	3	20
3	3	4	5	4	4	23
1	3	4	4	2	3	17
2	3	4	5	4	3	21
2	3	4	3	3	4	19
2	3	5	3	4	5	22
1	4	5	4	5	5	24
2	3	4	5	5	5	24
2	3	4	5	5	3	22
3	4	4	5	5	4	25
2	3	4	3	5	5	22
1	3	4	5	5	5	23
2	3	4	5	5	5	24
2	4	5	3	3	5	17

3	3	4	4	3	4	21
1	3	5	3	3	5	20
2	3	3	4	4	5	21
2	3	3	4	3	4	19
3	3	4	4	5	4	23
1	4	4	3	4	5	21
2	4	3	4	4	5	22
1	3	3	4	3	5	19



JAWABAN KUISONER BRAND IMAGE (X2)

VARIABEL X2			TOTAL
X2.1	X2.2	X2.3	
3	3	4	10
5	4	5	14
3	5	4	12
5	5	5	15
4	4	1	9
3	4	4	11
3	3	3	9
4	4	4	12
5	4	4	13
4	3	5	12
5	5	4	14
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	3	12
4	5	5	14
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	4	4	13
5	5	5	15
3	4	4	11
4	4	5	13
4	2	2	8
4	4	3	11
5	4	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	5	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
4	5	5	14
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	4	3	12
2	3	4	9

3	4	4	11
4	4	3	11
4	3	4	11
5	4	4	13
3	3	5	11
4	3	4	11
3	4	3	10
5	3	3	11
5	4	3	12
4	3	3	10
4	5	4	13
5	5	4	14
5	4	3	12
5	3	4	12
3	5	5	13
5	5	4	14
5	5	4	14
5	4	4	13
5	3	4	12
5	4	5	14
3	4	4	11
5	5	4	14
5	4	3	12
5	3	3	11
4	3	3	10
5	5	3	13
5	4	3	12
5	3	4	12
5	4	5	14
5	4	3	12
5	3	3	11
4	3	4	11
5	3	4	12
4	3	3	10
4	5	4	13
4	4	5	13
4	4	4	12
5	3	4	12
4	4	5	13
4	5	5	14
4	5	5	14
4	3	3	10
3	4	5	12
4	4	5	13
5	4	4	13
3	4	5	12
3	3	4	10
3	4	4	11
3	4	5	12

3	4	4	11
4	4	4	12
4	3	4	11



JAWABAN KUISONER PROMOSI PENJUALAN (X3)

VARIABEL X3				TOTAL
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
4	4	4	4	16
3	5	3	4	15
5	4	4	4	17
4	3	3	4	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
1	3	2	3	9
3	3	3	3	12
4	5	5	2	16
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
2	4	3	4	13
2	3	3	5	13
4	4	4	4	16
2	3	3	5	13
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
4	5	4	5	18
2	3	3	1	9
4	5	3	1	13
3	4	3	5	15
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	3	2	13
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	3	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	3	4	5	15
2	2	3	5	12

3	3	3	4	13
3	2	2	4	11
2	1	3	4	10
3	3	2	5	13
2	1	3	5	11
3	2	3	4	12
3	1	3	5	12
2	2	3	5	12
2	3	4	3	12
4	3	4	5	16
1	2	4	5	12
2	4	3	5	14
2	3	3	5	13
2	3	3	4	12
5	4	5	5	19
3	3	5	5	16
2	3	5	4	14
4	4	3	5	16
5	4	4	5	18
2	3	4	5	14
2	3	3	4	12
5	2	4	5	16
5	5	4	4	18
5	1	3	5	14
4	3	3	5	15
2	1	4	5	12
3	2	3	5	13
3	4	5	4	16
4	3	4	5	16
3	3	3	5	14
5	3	3	5	16
3	3	3	5	14
3	2	2	5	12
2	3	3	5	13
2	4	3	5	14
4	3	4	5	16
4	2	3	4	13
2	2	3	5	12
4	2	3	5	14
5	3	2	4	14
3	3	4	5	15
3	5	3	5	16
4	3	4	5	16
5	3	5	5	18
5	3	4	5	17
5	4	5	5	19
4	3	4	5	16
5	4	3	5	17
4	5	3	5	17
3	5	3	4	15

5	4	4	5	18
3	4	4	5	16
4	5	4	5	18



5	2	3	4	14
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	3	5	16
4	3	3	4	14
3	4	4	3	14
5	5	5	5	20
5	3	3	4	15
4	4	3	5	16
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	4	5	5	18
5	5	4	3	17
5	5	3	4	17
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	4	5	5	19
5	5	4	4	18
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	4	4	4	17
4	3	4	5	16
5	5	4	3	17
5	3	3	4	15
4	3	3	5	15
5	4	3	3	15
5	5	5	5	20
5	3	3	3	14
3	3	2	5	20
5	4	5	4	18
5	3	3	4	15
3	4	3	3	13
5	5	5	5	20
3	4	5	5	17
4	3	4	3	14
5	4	3	5	17
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
3	4	5	5	17
4	4	3	5	16
5	4	5	5	19
4	5	5	4	18
4	5	5	5	19
4	3	5	5	17
3	5	4	4	16

4	4	5	5	18
4	3	5	5	17
4	3	4	5	16
5	4	4	5	18
4	3	5	5	17



LAMPIRAN 3

HASIL OUTPUT UJI SPSS

A. Uji Isntumen

1. Uji Validitas Variabel Kualiatas Produk (X1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.275**	.202*	.035	.158	-.078	.596**
	Sig. (2-tailed)		.006	.043	.726	.117	.441	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.275**	1	.225*	.287**	.280**	.067	.639**
	Sig. (2-tailed)	.006		.024	.004	.005	.506	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.202*	.225*	1	.090	.180	.048	.478**
	Sig. (2-tailed)	.043	.024		.374	.073	.637	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.035	.287**	.090	1	.451**	.061	.554**
	Sig. (2-tailed)	.726	.004	.374		.000	.549	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.158	.280**	.180	.451**	1	.285**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.117	.005	.073	.000		.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	-.078	.067	.048	.061	.285**	1	.312**
	Sig. (2-tailed)	.441	.506	.637	.549	.004		.002
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.596**	.639**	.478**	.554**	.670**	.312**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.002	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

2. Uji Validitas Variabel Brand Image (X2)

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.300**	.054	.613**
	Sig. (2-tailed)		.002	.593	.000

	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.300**	1	.510**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.054	.510**	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.593	.000		.000
	N	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.613**	.828**	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

3. Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.548**	.533**	.184	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.067	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.548**	1	.529**	-.043	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.672	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.533**	.529**	1	.232*	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.020	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.184	-.043	.232*	1	.415**
	Sig. (2-tailed)	.067	.672	.020		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.835**	.766**	.793**	.415**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

4. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.379**	.239*	.080	.486**
	Sig. (2-tailed)		.000	.016	.428	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.379**	1	.535**	.224*	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.025	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.239*	.535**	1	.425**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.080	.224*	.425**	1	.648**
	Sig. (2-tailed)	.428	.025	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.486**	.749**	.736**	.648**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

5. Uji Reliabilitas Variabel Kualiatas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	7

6. Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	4

7. Uji Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan (X3)

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	5

8. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	5

B. UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normaliats

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Tes

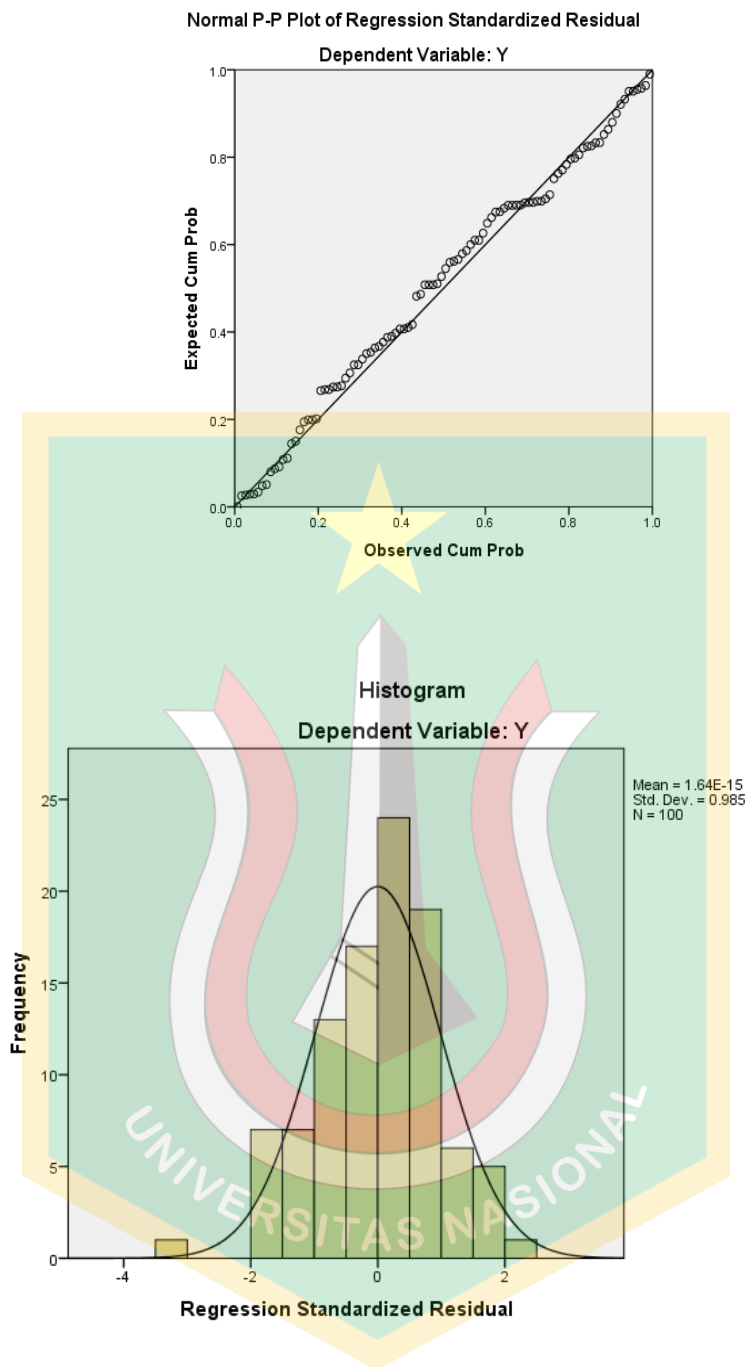
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.79525422
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.043
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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



2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.90					
	2		1.701	5.822	.000		

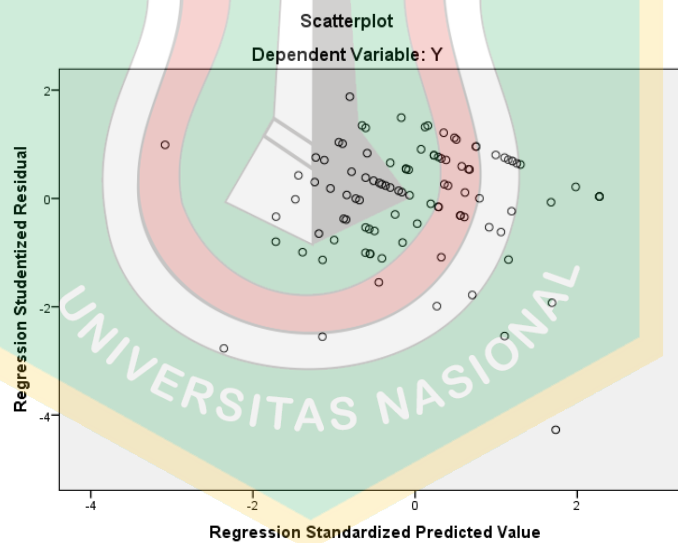
X1	.079	.063	.118	1.246	.216	.907	1.103
X2	.366	.127	.313	2.881	.005	.695	1.439
X3	.111	.073	.159	1.524	.131	.754	1.326

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Heteroskedastisitas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.716	1.320		2.058	.042
	X1	-.101	.049	-.214	-2.070	.041
	X2	.022	.072	.034	.301	.764
	X3	-.087	.056	-.174	-1.534	.128

a. Dependent Variable: RES_2



4. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.721 ^a	.520	.505	.912	1.953

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y1

C. ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.644	2.058		2.742	.007		
	X1	.127	.076	.153	1.664	.099	.907	1.103
	X2	.438	.154	.300	2.853	.005	.695	1.439
	X3	.194	.088	.223	2.211	.029	.754	1.326

a. Dependent Variable: Y

D. PENGUJIAN HIPOTESIS (UJI T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.644	2.058		2.742	.007
	X1	.127	.076	.153	1.664	.099
	X2	.438	.154	.300	2.853	.005
	X3	.194	.088	.223	2.211	.029

E. UJI KELAYAKN MODEL

a. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.721 ^a	.520	.505	.912	1.953

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y1

b. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	168.459	3	56.153	11.534	.000 ^b
	Residual	467.381	96	4.869		
	Total	635.840	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2



SKRIPSI Rika Fatonah Akasa_203402416116_PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN PROMOSI PENJULAN TE

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	9%
2	journal.steamkop.ac.id Internet Source	<1%
3	Submitted to Universitas Wiraraja Student Paper	<1%
4	jurnal.unismuhpalu.ac.id Internet Source	<1%
5	123dok.com Internet Source	<1%
6	sintama.stibsa.ac.id Internet Source	<1%
7	docobook.com Internet Source	<1%
8	cvodis.com Internet Source	<1%

repository.umsu.ac.id