

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, (2012). “ Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba. ” Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma 2012.
- Alma, Buchari. 2004. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung Alfabeta
- Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV Alfabeta.
- Assauri, S., 2015. Manajemen Pemasaran, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Amstrong dan Kotler, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Prehalindo, Jakarta.
- Anderson, D., Sweeney, D., & William, T. (2017). *Statistics for Business & Economics*. Cengage Learning.
- Basuki, Agus Tri and Prawoto, Nano. 2016. Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS. Depok : PT Rajagrafindo Persada
- Dedhy Pradana. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek (brand image) terhadap keputusan pembelian motor.
- Ghodang, H., & Hartono. (2020). Metode Penelitian kuantitatif (Konsef Dasar & Jalur dengan Spss). Medan: PT. Penerbit Mitra Grup
- JURNAL ABIWARA Vol. 1, No. 2, Maret 2020, pp. 71-83
- JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014, 62-69.
- Kotler, Philip (2006). Manajemen pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia
- Kotler, Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi KE-12, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Amstrong. 2014. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses

Keputusan Pembelian.

- Kotler dan Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. edisi Kedua belas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler dan Amstrong. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, N. K. (2010). *Riset Pemasaran (Marketing Research)* (4th ed.). PT. Index.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: CV.ALFABETA
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Purwanto. 2011. Evaluasi Hasil Belajar. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Stanton, William J, (2002), Prinsip Pemasaran, terj. oleh Alexander Sindoro Jakarta, Penerbit Erlangga
- Sudaryono. 2018. Metodologi Penelitian. Depok: PT. Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sunyoto (2018). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Tingkir, C. F. (2014). Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota.
- Tjiptono. 2006. Manajemen Jasa, Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. 4th. ed. Yogyakarta: Andi Offset.
Tjiptono, Fandy “*Management Strategy Merk*” Andi, Yogyakarta, 2011.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 Output SPSS

Lampiran 4 Lembar Konsultasi Pembimbing Tugas Akhir



LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Konsumen Consina Official Store

Ditempat

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Perkenalkan saya Muhammad Irfan Hisyam Mauludin Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Nasional dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Saat ini saya sedang mengadakan penelitian mengenai **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Outdoor Consina Official Store di Kota Depok”** maka saya memohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk dapat mengisi kuesioner penelitian ini.

Apabila Anda memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Laki-Laki maupun Perempuan berusia >17 tahun.
2. Berdomisili di Depok

Perlu diketahui bahwa tidak ada jawaban benar ataupun salah dalam pengisian kuesioner ini. Jawaban yang Anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan ilmiah. Atas kerjasama yang baik dan kesungguhan Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,



Muhamad Irfan Hisyam Mauludin

Petunjuk pengisian:

Beri tanda *cek-list* (✓) pada jawaban yang mewakili anda sebagai responden pada masing-masing pertanyaan di bawah ini:

I. Identitas Responden

1. Apakah anda mengenali produk Outdoor Consina?

Iya

Tidak * mohon maaf tidak bisa lanjut mengisi kuesioner dan terimakasih

2. Sudah Berapa kali anda membeli produk Outdoor Consina Official Store di Kota Depok?

1-2 kali

>4 kali

3-4 kali

3. Nama

4. Usia anda saat ini :

18 – 25 tahun

36 – 45 tahun

26 – 35 tahun

Lebih dari 45 tahun

5. Jenis Kelamin:

- Laki-laki
 Perempuan

6. Jenis pekerjaan :

- Pelajar / Mahasiswa Karyawan Swasta
 Pegawai Negeri Sipil Lainnya
 Wirausaha

7. Pendapatan Perbulan (untuk pelajar/mahasiswa pendapatan dapat berupa uang saku atau beasiswa)

- Rp. 0 – Rp. 3.000.000
 Rp. 3.100.000 - Rp. 6.000.000/ bulan
 Rp. 6.100.000 - Rp 9.000.000/ bulan
 > Rp. 9.000.000/ bulan

II. Pendapat Responden

Petunjuk pengisian:

Silahkan pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada di bawah ini dengan tanda *cek-list* (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Citra Merek (X₁)						
1.	Saya telah mengenal produk Outdoor merek Consina					
2.	Menurut saya produk Outdoor Consina merupakan merek yang berkualitas					
3.	Menurut saya produk Outdoor Consina dapat menimbulkan rasa suka waktu memakainya					
4.	Saya tau produk Outdoor Consina merupakan peralatan petualangan alam terbuka dengan merek yang populer					
5.	Saya meyakini produk Outdoor Consina memiliki kesan yang baik.					
Kualitas Produk (X₂)						
1.	Saya membeli produk Outdoor Consina karena memiliki wujud yang menarik					
2.	Saya membeli produk Outdoor Consina karena kualitasnya sesuai dengan yang dijanjikan					
3.	Saya membeli produk Outdoor Consina karena dapat diandalkan dalam jangka waktu yang lama					
4.	Menurut saya produk Outdoor Consina merupakan produk yang bermanfaat dalam melakukan petualangan alam terbuka					
Persepsi Harga (X₃)						
1.	Harga yang ditawarkan produk Outdoor Consina sesuai dengan manfaat yang diberikan oleh produknya					
2.	Harga yang di tawarkan produk Outdoor Consina bervariasi dan sesuai tipe dan terjangkau oleh konsumen					

3.	Harga yang ditawarkan produk Outdoor Consina memiliki daya saing dengan harga yang ditawarkan pesaing					
4.	Harga yang ditawarkan produk Outdoor Consina sesuai dengan kualitas produk yang diberikan					
Keputusan Pembelian (Y)						
1.	Menurut saya produk Outdoor Consina sesuai dengan harapan konsumen					
2.	Pada saat membeli produk petualangan alam terbuka saya akan lebih prioritaskan produk Outdoor Consina					
3.	Ketika membeli produk petualangan alam terbuka saya lebih berkeyakinan untuk membeli produk Outdoor Consina					
4.	Ketika saya membeli produk petualangan alam terbuka saya akan lebih meluangkan waktu untuk mendapatkan produk Outdoor Consina					



LAMPIRAN 2 TABEL TABULASI

1. Citra Merek (X1)

X1_1	X1_2X2	X1_3	X1_4	X1_5	Total_X1
5	4	5	4	5	23
4	4	5	5	5	23
5	4	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	4	24
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	4	23
5	4	5	5	4	23
4	4	5	5	5	23
4	4	5	5	5	23
5	5	4	5	5	24
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	4	24
5	4	4	5	5	23
5	4	4	5	5	23
4	5	5	4	5	23
4	4	5	5	5	23
4	5	5	4	4	22
5	5	4	5	4	23
4	5	5	5	4	23
4	5	5	5	4	23
3	5	5	4	5	22
5	4	5	5	5	24

4	4	5	5	5	23
5	4	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	4	24
5	5	4	5	3	22
4	5	5	5	4	23
5	5	4	5	4	23
4	5	5	5	4	23
5	5	4	5	4	23
4	5	5	4	5	23
4	5	4	5	4	22
5	5	5	4	5	24
5	4	4	4	5	22
4	4	5	5	5	23
5	4	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	4	24
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	4	23
5	4	4	5	4	22
4	5	5	4	4	22
3	5	4	5	4	21
4	5	5	4	4	22
4	5	4	5	4	22
3	5	5	5	5	23
3	4	4	4	5	20
4	5	5	5	5	24

5	4	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	4	24
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	4	23
5	4	4	5	4	22
4	5	5	4	4	22
5	5	4	5	4	23
4	5	5	4	4	22
4	5	4	5	4	22
5	5	5	4	5	24
5	4	4	4	5	22
4	4	4	5	5	22
5	4	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	4	24
5	5	4	5	5	24
4	4	5	5	4	22
5	4	4	5	4	22
4	5	5	4	4	22
5	5	4	5	4	23
4	5	5	5	4	23
4	5	4	5	4	22
5	5	5	4	5	24
5	4	4	4	5	22
4	4	5	5	5	23
5	4	5	5	5	24

4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	4	24
5	5	4	5	5	24
4	4	5	5	4	22
5	4	4	5	4	22
4	5	5	4	4	22
5	5	4	5	5	24
5	5	5	4	5	24
5	4	4	4	5	22
4	4	5	5	5	23
5	4	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
4	5	5	4	4	22
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
4	4	5	5	5	23
5	4	5	5	5	24
4	5	5	5	5	24
5	5	5	4	4	23
4	5	4	5	4	22
5	5	5	4	5	24
5	4	4	4	5	22

2. Kualitas Produk(X2)

X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	Total_X2
5	4	5	5	19

4	5	5	5	19
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
4	5	4	5	18
4	5	5	5	19
5	5	5	4	19
5	5	4	5	19
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
5	5	4	5	19
5	5	5	4	19
5	4	5	5	19
4	5	5	5	19
4	5	5	5	19
5	5	5	4	19
3	5	5	5	18
4	5	5	5	19
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
5	5	4	4	18
4	5	4	4	17
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
5	5	4	5	19
4	5	4	5	18

4	4	5	4	17
5	4	4	5	18
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
3	5	5	4	17
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
5	5	4	5	19
4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
5	4	4	5	18
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
4	5	5	4	18
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
5	5	4	5	19
3	5	4	5	17
4	4	5	3	16

5	4	4	5	18
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
5	5	4	5	19
3	5	4	5	17
4	4	5	4	17
5	4	4	5	18
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
5	5	4	5	19
4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
5	4	4	5	18

4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
4	5	4	5	18
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
5	4	5	4	18

3. Persepsi Harga (3)

X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	Total_X3
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
4	5	5	4	18
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19

4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
4	5	5	5	19
4	5	4	5	18
5	4	5	5	19
4	5	5	4	18
4	5	5	5	19
5	4	5	4	18
4	5	5	5	19
5	5	4	4	18
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
5	4	4	5	18
4	4	5	4	17
4	5	5	5	19
4	5	5	4	18
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
4	5	5	4	18
5	4	5	4	18
5	5	4	5	19
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19

5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
4	5	4	5	18
4	5	5	4	18
4	5	5	4	18
4	5	5	4	18
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
4	5	4	4	17
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	5	5	4	18
4	5	5	4	18
5	3	5	5	18
5	4	5	5	19
4	5	3	4	16
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
5	4	5	5	19

5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	5	5	4	18
4	5	5	4	18
5	3	5	5	18
5	4	5	5	19
4	5	3	4	16
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	5	5	4	18
4	5	5	4	18
5	3	5	5	18
5	4	5	5	19
4	5	3	4	16
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15

4	5	5	4	18
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	5	5	4	18
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16

4. Keputusan Pembelian (Y)

Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Total_Y
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
4	4	5	4	17
4	5	5	5	19
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
5	5	5	4	19
5	5	4	5	19
5	5	5	4	19
5	4	5	4	18

4	5	4	5	18
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
5	5	3	5	18
5	5	4	5	19
4	4	5	5	18
5	4	4	5	18
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
5	4	4	4	17
4	4	4	3	15
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	4	5	5	18
5	4	4	5	18
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
5	4	4	4	17
4	4	4	5	17

5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	4	5	5	18
5	4	4	5	18
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
3	5	5	4	17
3	4	5	4	16
4	5	4	5	18
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	4	5	5	18
5	4	4	5	18
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
3	4	4	4	15
4	4	4	5	17
5	4	5	5	19

4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	5	5	5	19
5	5	4	5	19
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
5	4	4	4	17
4	4	4	5	17
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
5	4	4	4	17
4	4	4	5	17
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
4	4	4	5	17

5	5	4	5	19
5	4	5	5	19
4	5	5	5	19
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
5	4	4	4	17
4	4	4	3	15

LAMPIRAN 3 OUTPUT SPSS

1. Uji Validitas

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	Citra Merek
X1_1	Pearson Correlation	1	-.081	-.260**	.009	.057	.514**
	Sig. (2-tailed)		.420	.009	.931	.575	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1_2	Pearson Correlation	-.081	1	-.047	-.112	-.482**	.250
	Sig. (2-tailed)	.420		.645	.267	.000	.137
	N	100	100	100	100	100	100
X1_3	Pearson Correlation	-.260**	-.047	1	-.113	.121	.354**
	Sig. (2-tailed)	.009	.645		.261	.229	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1_4	Pearson Correlation	.009	-.112	-.113	1	-.108	.323**
	Sig. (2-tailed)	.931	.267	.261		.286	.001
	N	100	100	100	100	100	100

X1_5	Pearson Correlation	.057	-.482**	.121	-.108	1	.368**
	Sig. (2-tailed)	.575	.000	.229	.286		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Citra Merek	Pearson Correlation	.514**	.150	.354**	.323**	.368**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.137	.000	.001	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	Kualitas Produk
X2_1	Pearson Correlation	1	-.206*	.052	.200*	.615**
	Sig. (2-tailed)		.040	.606	.046	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_2	Pearson Correlation	-.206*	1	-.121	.009	.343**
	Sig. (2-tailed)	.040		.231	.928	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_3	Pearson Correlation	.052	-.121	1	-.303**	.334**
	Sig. (2-tailed)	.606	.231		.002	.001
	N	100	100	100	100	100
X2_4	Pearson Correlation	.200*	.009	-.303**	1	.512**
	Sig. (2-tailed)	.046	.928	.002		.000
	N	100	100	100	100	100
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.615**	.343**	.334**	.512**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	Persepsi Harga
X3_1	Pearson Correlation	1	-.217*	.110	.739**	.692**
	Sig. (2-tailed)		.030	.278	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3_2	Pearson Correlation	-.217*	1	-.210*	-.056	.242*
	Sig. (2-tailed)	.030		.036	.577	.015
	N	100	100	100	100	100
X3_3	Pearson Correlation	.110	-.210*	1	.063	.517**
	Sig. (2-tailed)	.278	.036		.534	.000
	N	100	100	100	100	100
X3_4	Pearson Correlation	.739**	-.056	.063	1	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.577	.534		.000
	N	100	100	100	100	100
Persepsi Harga	Pearson Correlation	.692**	.242*	.517**	.742**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.015	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Correlations

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Keputusan Pembelian
Y_1	Pearson Correlation	1	.025	-.116	.151	.615**
	Sig. (2-tailed)		.808	.252	.133	.000
	N	100	100	100	100	100
Y_2	Pearson Correlation	.025	1	-.092	-.088	.436**
	Sig. (2-tailed)	.808		.362	.385	.000
	N	100	100	100	100	100
Y_3	Pearson Correlation	-.116	-.092	1	-.233*	.298**
	Sig. (2-tailed)	.252	.362		.020	.003
	N	100	100	100	100	100

Y_4	Pearson Correlation	.151	-.088	-.233'	1	.464''
	Sig. (2-tailed)	.133	.385	.020		.000
	N	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.615''	.436''	.298''	.464''	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.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).

2. Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
.637	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
.674	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.667	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
.668	4

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.93489509
Most Extreme Differences	Absolute	.134
	Positive	.103
	Negative	-.134
Test Statistic		.134
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

4. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.562	2.747		6.393	.000		
	Citra Merek	-.050	.117	.446	1.728	.000	.871	1.148
	Kualitas Produk	-.117	.125	.514	1.935	.017	.666	1.502
	Persepsi Harga	.216	.096	.667	2.753	.027	.704	1.420

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

5. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.634	1.571		1.677	.000		
	Citra Merek	.088	.067	.133	1.311	.000	.871	1.148
	Kualitas Produk	-.049	.071	-.079	-.680	.017	.666	1.502

Persepsi Harga	-0.169	.055	-.347	-3.076	.027	.704	1.420
----------------	--------	------	-------	--------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Abs_RES

6. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.725 ^a	.525	.496	.949	1.673

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

7. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.562	2.747		6.393	.000		
	Citra Merek	-.050	.117	.446	-.428	.000	.871	1.148
	Kualitas Produk	-.117	.125	.514	-.935	.017	.666	1.502
	Persepsi Harga	.216	.096	.667	2.253	.027	.704	1.420

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

8. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.725 ^a	.525	.496	.949	1.673

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

9. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.631	3	5.044	5.137	.000 ^b
	Residual	86.529	96	.901		
	Total	91.160	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk

10. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.562	2.747		6.393	.000		
	Citra Merek	-.050	.117	.446	1.728	.000	.871	1.148
	Kualitas Produk	-.117	.125	.514	1.935	.017	.666	1.502
	Persepsi Harga	.216	.096	.667	2.753	.027	.704	1.420

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



LAMPIRAN 4 LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

The screenshot displays a web application interface for managing consultation reports. The main content area is titled "Laporan Bimbingan Porposal" and features a table with the following columns: No, Pokok Bahasan, Tanggal Upload, Catatan Dosen Pembimbing, File, and Status. The table lists three entries from April 2022. A yellow star is placed over the first entry. Below this, a second screenshot shows a continuation of the list with entries from August 2022. A large watermark of Universitas Nasional is overlaid on the entire image.

No	Pokok Bahasan	Tanggal Upload	Catatan Dosen Pembimbing	File	Status
1	Berikut lampirannya pak	Rabu, 20 April 2022	Pembimbing 1 Pembimbing 2	File Saya File Dospem 1 File Dospem 2	Terjawab
2	Malam pak Suadi berikut lampiran BAB 1, 2 dan 3 nya pak terima kasih	Minggu, 17 April 2022	Pembimbing 1 Pembimbing 2	File Saya File Dospem 1 File Dospem 2	Terjawab
3	Malam pak Suadi berikut lampiran BAB 1, 2 dan 3 nya pak terima kasih	Minggu, 17 April 2022	Pembimbing 1 Pembimbing 2	File Saya File Dospem 1 File Dospem 2	Terjawab

1	Daftar Lampiran	Rabu, 10 Agustus 2022	Pembimbing 1 Pembimbing 2	File Saya Dospem 1 Dospem 2	Terjawab
2	Assalamualaikum pak Suadi punten berikut lampiran untuk Tugas Akhirnya pak	Rabu, 10 Agustus 2022	Pembimbing 1 Pembimbing 2	File Saya Dospem 1 Dospem 2	Terjawab
3	Kuesioner Penelitian	Senin, 05 Agustus 2022	Pembimbing 1 Pembimbing 2	File Saya Dospem 1 Dospem 2	Terjawab
4	Revisi bab 4	Senin, 08 Agustus 2022	Pembimbing 1 Pembimbing 2	File Saya Dospem 1 Dospem 2	Terjawab
5	Konsultasi skripsi	Senin, 08 Agustus	Pembimbing 1	File Saya	Terjawab

LEMBAR TURNITIN

MUHAMMAD IRFAN HISYAM MAULUDIN - TA

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.pelitabangsa.ac.id:8080 Internet Source	2%
2	123dok.com Internet Source	1%
3	scholar.unand.ac.id Internet Source	1%
4	edoc.site Internet Source	1%
5	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%
6	repository.stieipwija.ac.id Internet Source	1%
7	repositori.usu.ac.id Internet Source	1%
8	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
9	eprints.kwiklanguie.ac.id Internet Source	1%
10	repository.lainpalopo.ac.id Internet Source	1%
11	repository.unim.ac.id Internet Source	1%
12	docplayer.info Internet Source	1%
13	etheses.lainponorogo.ac.id Internet Source	1%
14	id.scribd.com Internet Source	1%