

Daftar Pustaka

- Abdullah Amrin. 2007. Strategi Pemasaran Asuransi Syariah. Gramedia Widiasarana
- Agus, Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia
<https://aasi.or.id/cms/download/Triwulan%20%20Tahun%202021.pdf>
diakses tanggal 21 Oktober 2021
- Astuti, et al/Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 4 No. 8 Agustus 2017: 668-683
- Azizi, S., Movahed, S. A., & Khah, M. H., (2009), "The Effect of Marketing Strategy and Marketing Capability on Business Performance. Case Study: Iran's Medical Equipment sector", Journal of Medical Marketing, Iran
- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan
- CEO Generali Indonesia Edy Tuhirman pada artikel Bisnis.com
<https://finansial.bisnis.com/read/20200503/215/1235668/dua-produk-generalisyaariah-melindungi-dan-memudahkan-nasabah-berbagi> diakses 21 Oktober 2021
- Chusnul Cholidah, Strategi Pemasaran Wakaf Asuransi Studi Pada Produk Insurance Protection Linked Auto Navigation (Iplan) Syariah Pt. Asuransi Jiwa Generali Di Sidoarjo
- Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., M.M, 2020. Komunikasi Pemasaran. Jawa Timur: Qiara Media
- Dwi Tatak Subagiyo, S.H., M.HUM dan Fries Melia Salviana, S.H., M.H, *Hukum Asuransi*, 8
- Fatwa DSN MUI Nomor 21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah
- Heri Setiawan, Tesis Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Aku Berbagi (Studi Kasus PT. Generali Life Syariah Indonesia)
- Mursid M, 2006. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara
- Nurul Huda, dkk, Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi, (Jakarta: Kencana, 2017)
- Rahmawati. 2016. Manajemen Pemasaran. Samarinda: Mulawarman University Press
- Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, Jakarta: Salemba Empat,
- Santoso, Statistik Multivariat
- Sugiyono (2012), Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung UU Nomor 40 Tahun 2014
- Tooksoon, Phadett & Mohamad, Osman, (2010), "Marketing Capability and

Export Performance: the Moderating Effect of Export Dependence”, The South East Asian Journal of Management, Vol. IV, No. 1

Website Badan Wakaf Indonesia <https://www.bwi.go.id/pengertian-wakaf/> diakses tanggal 21 Oktober 2021

Website Generali Indonesia <https://www.generali.co.id/id/sekilas-general-indonesia> diakses 21 Oktober 2021

Website <https://aaji.or.id/Perusahaan/generali-indonesia> diakses tgl 21 Oktober 2021

Website iPlan Syariah <https://www.generali.co.id/id/solusi-lengkap/iplan-syariah> diakses tanggal 21 Oktober 2021

Website jasindosyariah <https://www.jasindosyariah.co.id/blog/edukasi/sejarah-asuransi-syariah> diakses tanggal 23 Oktober 2021

Widiya Lestari, Tesis Pengaruh Pelayanan Promosi dan Syariah Terhadap Minat Nasabah dalam Asuransi Syariah.(Studi pada PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang)



LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, *Brand Positioning* dan Pemahaman tentang Asuransi Syariah Terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Produk iPlan Syariah PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana S1 di Universitas Nasional Jakarta Selatan, peneliti berusaha untuk mengumpulkan data dalam informasi mengenai “Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Brand Positioning dan Pemahaman tentang Asuransi Syariah Terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Produk iPlan Syariah PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia”.

Oleh karena itu, maka perkenalkan Bapak/Ibu untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini agar hasil penelitian memiliki kredibilitas yang tinggi.

Saya sangat berterima kasih atas kesediaan dan partisipasi Bapak/ Ibu dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih

Hormat saya,

Indriyanti
193402426060

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Lengkap	:	
Usia	:	<input type="checkbox"/> 18-30 Tahun
		<input type="checkbox"/> 31-40 Tahun
		<input type="checkbox"/> 41-50 Tahun
		<input type="checkbox"/> > 51 Tahun
Jenis kelamin	:	<input type="checkbox"/> Laki-laki
		<input type="checkbox"/> Perempuan
Pendidikan	:	<input type="checkbox"/> SMP/SMA
		<input type="checkbox"/> Diploma
		<input type="checkbox"/> Sarjana
		<input type="checkbox"/> Magister
		<input type="checkbox"/>

PETUNJUK PENGISIAN

Bapak/ibu, saudara/i diminta untuk memberikan tanggapan atas pernyataan yang ada pada angket ini yang sesuai dengan keadaan, pendapat dan perasaan Bapak/ibu, saudara/i, bukan berdasarkan pendapat umum atau pendapat orang lain.

Pernyataan-pernyataan dalam angket ini mempunyai lima alternatif jawaban, yaitu:

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- KS : Kurang Setuju
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

Berilah tanda silang (X) pada jawaban Bapak/ibu, saudara/i langsung di atas pernyataan dalam angket. Mohon dikerjakan seteliti mungkin dan mohon tidak ada yang terlewat.

Kapabilitas Pemasaran

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	Produk					
1	Produk yang ditawarkan sesuai dengan rencana kebutuhan hidup					
	Harga					
2	Kontribusi yang ditawarkan sesuai dengan pasaran asuransi					
	Distribusi					
3	Lokasi Agency / Kantor Asuransi mudah diakses dan strategis					
	Promosi					
4	Penjelasan agency mudah dipahami					
5	Web PT AJ Generali Indonesia mudah diakses					

Brand Positioning

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	Nilai					
1	Generali memberikan nilai manfaat asuransi jangka panjang					
	Keunikan					
2	Generali memiliki pelayanan kesehatan yang baik					
3	Generali menjaga nilai investasi nasabah dengan transparan					
	Kredibilitas					
4	Generali memiliki kemampuan karakteristik produk					

Pemahaman

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	Menerjemahkan					
1	Saya merasa asuransi syariah penting untuk masa depan dan mempersiapkan amanah kebaikan sesama					
2	Saya juga menerima informasi yang berasal dari sumber informasi informal meliputi keluarga, teman, pasangan dan lainnya					
	Menginterpretasikan					
3	Saya selalu mencari informasi resmi sebelum membeli produk asuransi					

4	Saya selalu terlibat dalam acara resmi asuransi					
	Mengekstrapolasi					
5	Saya merasa Generali telah memfasilitasi nasabah yang ingin menggunakan asuransi yang berdasarkan syariat Islam					
6	Saya memilih produk iPlan Syariah karna sesuai dengan kebutuhan					
7	Saya memilih produk iPlan Syariah karna sesuai dengan syariat Islam					

MINAT

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	Kebutuhan					
1	Saya merasa butuh proteksi diri dengan konsep syariah					
	Publikasi					
2	Saya akan merekomendasikan iPlan Syariah kepada teman dan sanak saudara					
	Manfaat					
3	Saya merasakan ada perkembangan dari investasi yang ditanamkan					
	Kepuasan					
4	Kinerja PT AJ Generali Indonesia memberikan kepercayaan dan kepuasan					

Lampiran 2 : Hasil Kuesioner

NO	Kapabilitas Pemasaran					Total
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	4	5	4	5	5	23
2	3	3	3	3	3	15
3	4	4	5	5	5	23
4	3	3	3	4	3	16
5	4	4	5	4	4	21
6	4	5	5	4	4	22
7	5	5	5	5	5	25
8	3	3	3	3	3	15
9	4	5	4	5	4	22
10	4	4	5	5	5	23
11	4	4	5	5	5	23
12	3	4	3	4	3	17
13	3	3	3	3	3	15
14	5	5	5	5	5	25
15	4	5	5	5	4	23
16	5	5	5	5	5	25
17	4	3	3	3	3	16
18	5	4	3	3	3	18
19	5	4	4	4	4	21
20	3	3	3	3	3	15
21	4	3	4	5	4	20
22	3	3	3	4	3	16
23	3	4	4	5	4	20
24	5	4	4	5	4	22
25	5	5	4	5	4	23
26	4	3	3	4	4	18
27	4	5	5	4	4	22
28	5	4	5	4	5	23
29	5	4	4	4	5	22
30	3	3	3	3	3	15
31	4	4	4	5	5	22
32	4	4	5	5	5	23
33	4	5	5	4	4	22

34	3	3	3	4	3	16
35	3	3	3	3	3	15
36	4	4	4	4	5	21
37	5	4	5	4	5	23
38	5	4	5	4	4	22
39	3	4	3	3	4	17
40	4	4	4	5	4	21
41	4	5	5	5	5	24
42	4	3	4	5	4	20
43	3	3	3	4	3	16
44	3	4	4	5	4	20
45	5	4	4	5	4	22
46	3	3	4	3	3	16
47	5	5	5	5	5	25
48	4	5	5	4	4	22
49	5	4	5	4	5	23
50	5	4	4	4	5	22
51	3	3	3	2	3	14
52	4	4	4	5	5	22
53	3	2	3	2	3	13
54	4	5	5	4	4	22
55	3	3	3	4	3	16
56	5	5	5	5	5	25
57	4	5	4	5	4	22
58	4	4	5	5	5	23
59	4	4	5	5	5	23
60	3	4	3	4	3	17
61	4	4	4	4	4	20
62	5	5	5	5	5	25
63	4	4	5	5	5	23
64	3	4	3	4	3	17
65	3	3	3	3	3	15
66	5	5	5	5	5	25
67	4	5	5	5	4	23
68	5	5	5	5	5	25
69	4	3	3	3	3	16
70	5	4	3	3	3	18
71	5	4	4	4	4	21

72	3	3	3	3	3	15
73	4	3	4	5	4	20
74	3	3	3	4	3	16
75	3	4	4	5	4	20
76	5	4	4	5	4	22
77	5	5	4	5	4	23
78	4	3	3	4	4	18
79	4	5	5	4	4	22
80	5	4	5	4	5	23
81	5	4	4	4	5	22
82	4	5	4	5	5	23
83	3	3	3	3	3	15
84	4	4	5	5	5	23
85	3	3	3	4	3	16
86	4	4	5	5	5	23
87	3	4	3	4	3	17
88	3	3	3	3	3	15
89	5	5	5	5	5	25
90	4	5	5	5	4	23
91	5	4	4	4	5	22
92	3	3	3	3	3	15
93	4	4	4	5	5	22
94	4	4	5	5	5	23
95	4	5	5	4	4	22
96	4	5	4	5	5	23

Brand Positioning					
NO	P1	P2	P3	P4	Total
1	5	5	5	5	20
2	3	4	4	3	14
3	5	5	4	4	18
4	3	3	3	3	12
5	4	5	5	4	18
6	4	5	4	4	17
7	5	5	5	5	20
8	3	3	2	3	11
9	4	5	4	4	17
10	5	4	5	5	19
11	5	5	4	4	18
12	3	4	3	3	13
13	3	2	3	3	11
14	5	5	5	5	20
15	4	4	4	4	16
16	5	5	4	4	18
17	3	3	3	3	12
18	3	3	4	4	14
19	4	5	4	4	17
20	3	2	3	3	11
21	4	3	4	4	15
22	3	3	3	3	12
23	4	4	4	4	16
24	4	4	5	4	17
25	4	4	4	4	16
26	4	3	4	3	14
27	4	4	5	4	17
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	20
30	3	3	3	3	12
31	5	5	5	4	19
32	5	4	4	4	17
33	4	4	3	4	15
34	3	4	3	3	13

35	3	2	3	3	11
36	5	5	5	4	19
37	5	5	5	5	20
38	4	4	4	5	17
39	4	3	3	3	13
40	4	4	4	4	16
41	5	4	4	4	17
42	4	3	4	4	15
43	3	3	3	3	12
44	4	4	4	4	16
45	4	4	5	4	17
46	3	4	3	3	13
47	5	5	5	5	20
48	4	4	5	4	17
49	5	5	5	5	20
50	5	5	5	5	20
51	3	2	3	3	11
52	5	5	5	4	19
53	3	2	3	2	10
54	4	4	3	4	15
55	3	4	3	3	13
56	5	5	4	4	18
57	4	5	4	4	17
58	5	4	5	5	19
59	5	5	4	4	18
60	3	4	3	3	13
61	4	4	4	4	16
62	5	5	5	5	20
63	5	5	5	5	20
64	3	4	4	3	14
65	5	5	4	4	18
66	3	3	3	3	12
67	4	5	5	4	18
68	4	5	4	4	17
69	5	5	5	5	20
70	3	3	2	3	11
71	4	5	4	4	17
72	5	4	5	5	19

73	5	5	4	4	18
74	3	4	3	3	13
75	3	2	3	3	11
76	5	5	5	5	20
77	4	4	4	4	16
78	5	5	4	4	18
79	3	3	3	3	12
80	3	3	4	4	14
81	4	5	4	4	17
82	5	5	5	5	20
83	3	4	4	3	14
84	5	5	4	4	18
85	3	3	3	3	12
86	5	5	4	4	18
87	3	4	3	3	13
88	3	2	3	3	11
89	5	5	5	5	20
90	4	4	4	4	16
91	5	5	5	5	20
92	3	3	3	3	12
93	5	5	5	4	19
94	5	4	4	4	17
95	4	4	3	4	15
96	5	5	5	5	20

	Pemahaman							
NO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Total
1	5	4	4	4	5	5	4	31
2	4	4	4	4	4	4	3	27
3	4	3	4	4	4	3	5	27
4	5	4	4	4	5	4	4	30
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	4	3	4	4	4	3	5	27
7	3	2	3	2	2	3	4	19
8	5	5	4	4	5	4	4	31
9	4	5	5	5	4	4	4	31
10	4	3	4	3	3	3	3	23
11	5	5	5	5	5	5	4	34
12	4	4	4	4	4	4	3	27
13	4	4	4	4	4	4	4	28
14	4	4	4	4	4	4	5	29
15	3	2	3	2	2	3	4	19
16	4	5	4	5	4	5	4	31
17	3	3	3	3	3	3	4	22
18	4	4	4	4	4	5	4	29
19	5	4	4	4	5	4	3	29
20	4	3	4	3	4	4	5	27
21	4	4	5	4	4	4	3	28
22	4	5	5	5	4	4	4	31
23	4	4	4	5	4	5	4	30
24	3	2	3	2	2	3	4	19
25	5	5	4	4	5	5	4	32
26	3	4	3	4	3	4	4	25
27	4	4	4	4	4	4	5	29
28	4	3	4	3	4	4	3	25
29	4	3	4	4	4	4	4	27
30	4	4	4	4	4	4	3	27
31	4	5	5	5	4	4	5	32
32	5	5	5	4	5	5	5	34
33	3	2	3	2	2	3	4	19
34	4	4	4	5	4	5	4	30

35	3	3	4	3	3	4	4	24
36	5	4	4	4	5	3	4	29
37	5	5	5	5	5	4	4	33
38	4	5	5	4	4	5	4	31
39	4	4	3	3	4	4	3	25
40	4	4	5	5	4	5	5	32
41	4	3	4	3	4	4	3	25
42	4	4	5	4	4	4	3	28
43	4	5	5	4	4	4	3	29
44	3	2	3	2	2	3	4	19
45	5	5	4	5	5	5	4	33
46	3	4	3	3	3	3	4	23
47	3	4	3	4	3	4	4	25
48	3	2	3	2	2	3	5	20
49	4	3	4	3	4	4	3	25
50	4	3	4	4	4	4	3	26
51	4	4	4	4	4	4	5	29
52	4	5	5	5	4	4	4	31
53	5	5	5	4	5	5	3	32
54	3	3	3	3	2	3	4	21
55	3	2	3	2	2	3	4	19
56	5	5	4	4	5	4	3	30
57	4	5	5	5	4	4	4	31
58	3	4	4	4	4	4	4	27
59	4	4	4	4	4	4	4	28
60	4	4	4	4	4	4	4	28
61	3	3	3	3	3	3	3	21
62	4	4	4	4	4	4	5	29
63	4	4	5	4	4	4	3	28
64	4	5	5	5	4	4	4	31
65	4	4	4	5	4	5	4	30
66	3	2	3	2	2	3	4	19
67	5	5	4	4	5	5	4	32
68	3	4	3	4	3	4	4	25
69	4	4	4	4	4	4	5	29
70	4	3	4	3	4	4	3	25
71	4	3	4	4	4	4	4	27
72	4	4	4	4	4	4	3	27

73	4	5	5	5	4	4	5	32
74	5	5	5	4	5	5	5	34
75	3	2	3	2	2	3	4	19
76	4	4	4	5	4	5	4	30
77	3	3	4	3	3	4	5	25
78	5	4	4	4	5	3	4	29
79	5	5	5	5	5	4	4	33
80	4	5	5	4	4	5	5	32
81	4	4	3	3	4	4	5	27
82	5	4	4	4	5	5	4	31
83	4	4	4	4	4	4	4	28
84	4	3	4	4	4	3	4	26
85	5	4	4	4	5	4	3	29
86	5	5	5	5	5	5	4	34
87	4	4	4	4	4	4	4	28
88	4	4	4	4	4	4	4	28
89	4	4	4	4	4	4	5	29
90	3	2	3	2	2	3	3	18
91	4	3	4	4	4	4	5	28
92	4	4	4	4	4	4	4	28
93	4	5	5	5	4	4	4	31
94	5	5	5	4	5	5	5	34
95	3	2	3	2	2	3	4	19
96	5	4	4	4	5	5	4	31

Keputusan Pembelian						
NO		P1	P2	P3	P4	Total
1		4	4	5	5	18
2		2	3	3	5	13
3		4	4	4	5	17
4		3	3	3	3	12
5		5	5	4	4	18
6		4	4	5	5	18
7		5	5	4	4	18
8		4	3	4	3	14
9		4	4	5	4	17
10		4	3	3	4	14
11		5	5	5	5	20
12		4	4	4	4	16
13		3	3	3	3	12
14		4	4	4	3	15
15		4	4	4	5	17
16		4	4	4	5	17
17		3	3	3	3	12
18		4	4	4	4	16
19		4	3	3	3	13
20		3	3	3	3	12
21		4	3	4	3	14
22	4		3	3	4	14
23	3		4	3	4	14
24	4		4	5	5	18
25	5		4	5	5	19
26	3		3	4	3	13
27	4		4	5	4	17
28	4		5	4	4	17
29	4		4	5	4	17
30	3		3	3	3	12
31	4		4	4	5	17
32	5		5	4	5	19
33	4		4	4	4	16
34	2		3	3	5	13

35		3	3	4	3	13
36		4	4	5	5	18
37		5	5	5	5	20
38		4	5	5	5	19
39		3	3	4	3	13
40		4	4	5	4	17
41		4	4	3	3	14
42		4	3	4	3	14
43		3	4	4	3	14
44		3	3	3	3	12
45		4	4	5	5	18
46		2	3	3	5	13
47		4	5	4	5	18
48		4	4	5	4	17
49		3	4	3	4	14
50		4	4	5	4	17
51		3	3	3	3	12
52		4	4	4	5	17
53		2	3	3	5	13
54		2	3	3	5	13
55		2	3	3	5	13
56		5	5	5	4	19
57		4	4	5	4	17
58		4	3	3	5	15
59		4	5	5	4	18
60		4	4	4	4	16
61		2	3	3	5	13
62		4	4	4	3	15
63		4	4	5	5	18
64		2	3	3	5	13
65		4	4	4	5	17
66		3	3	3	3	12
67		5	5	4	4	18
68		4	4	5	5	18
69		5	5	4	4	18
70		4	3	4	3	14
71		4	4	5	4	17
72		4	3	3	4	14

73		5	5	5	5	20
74		4	4	4	4	16
75		3	3	3	3	12
76		4	4	4	3	15
77		4	4	4	5	17
78		4	4	4	5	17
79		3	3	3	3	12
80		4	4	4	4	16
81		4	3	3	3	13
82		4	4	5	5	18
83		2	3	3	5	13
84		4	4	4	5	17
85		3	3	3	3	12
86		5	5	5	5	20
87		4	4	4	4	16
88		3	3	3	3	12
89		4	4	4	3	15
90		4	4	4	5	17
91		4	4	5	4	17
92		3	3	3	3	12
93		4	4	4	5	17
94		5	5	4	5	19
95		4	4	4	4	16
96		4	4	5	5	18

Lampiran 3 : Hasil Analisis

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T		Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.529	1.527		1.001	.319		
	Kapabilitas Pemasaran (X1)	.202	.073	.283	2.775	.007	.462	2.166
	Brand Positioning (X2)	.355	.082	.446	4.338	.000	.454	2.203
	Pemahaman (X3)	.155	.041	.270	3.781	.000	.940	1.063

a. Dependent Variable Keputusan Pembelian (Y)

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.748 ^a	.559	.545	1.634	2.186

a. Predictors: (Constant), Kapabilitas Pemasaran, Brand Positioning, Pemahaman

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

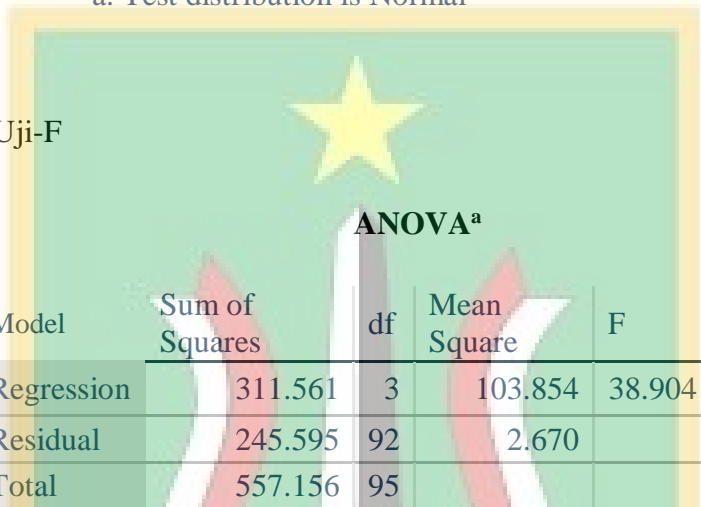
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	.98408386

		Deviation
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.050
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal

Hasil Uji-F



ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	311.561	3	103.854	38.904	.000 ^b
Residual	245.595	92	2.670		
Total	557.156	95			

a. Dependent Variable Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kapabilitas Pemasaran (X1), Brand Positioning(X2), Pemahaman (X3)

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.748 ^a	.559	.545	1.634	2.186

a. Dependent Variable Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kapabilitas Pemasaran (X1), Brand Positioning(X2), Pemahaman (X3)

Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T		Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.529	1.527		1.001	.319		
	Kapabilitas Pemasaran (X1)	.202	.073	.283	2.775	.007	.462	2.166
	Brand Positioning (X2)	.355	.082	.446	4.338	.000	.454	2.203
	Pemahaman (X3)	.155	.041	.270	3.781	.000	.940	1.063

a. Dependent Variable Keputusan Pembelian (Y)

