

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba. *Jurnal Universitas Gunadarma*.
- Amalia, S., & Asmara, M. O. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Xiami di kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1).
- Andreani. (2012). Dampak brand image terhadap Loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai mediator. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 64–71.
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: Kelompok Gramedia.
- Arslan, M., & Phil, M. (2014). Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention: A Study of Retail Store in Pakistan. *Research on Humanities and Social Sciences*, 4(22), 98–107.
- Assauri, S. (2001). *Manajemen Pemasaran, dasar, konsep dan strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ayu, A. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian smartphone iphone di kota samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*, 3(4), 1–14.
- Azwar, S. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bahri, S., & Herlina. (2017). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian telepon seluler merek samsung pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas Malikussaleh. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(2).
- Davis, S. M. (2000). *Brand Asset Management: “driving profitable growth through your brand*. California: Jossey-Bass, Inc., Publishers.
- Ferdinand, A. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Irawan, I. A. (2021). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kopi pada aplikasi online dimasa pandemi Covid 19.

*Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 17–32.

- Karlina, N. P. N., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Pt. karya pakoles tokcer Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(6), 1610–1623.
- Kertajaya, H. (2007). *Positioning, Differensiasi, dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran (13th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Lin, N. H., & Lin, B. S. (2007). The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Management Studies.*, 121–132.
- Lupiyoadi, H. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.com. *Jurnal IKRAITHHUMANIORA*, 2(2), 53–61.
- Mowen, H. (2004). *Manajemen Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pradana, D. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Journal FEB*, 14(2), 25–32.
- Pratami, N. D. N. K. D., Triansari, N. T., & Atidira, R. A. R. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada Pt. Mertha buana motor singlaraja. *Jurnal*

*Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).

- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengelolaan Data dan Analisis Data*. Yogyakarta: Start Up.
- Purba, M. L., & Tambunan, E. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian body wash merek dettol pada masyarakat kecamatan medan perjuangan kelurahan pandau hilir lingkungan VIII. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 3(1).
- Purwati, & Rohmawati. (2012). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti). *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (Jenius)*, 2(3).
- Rares, A., & Jorie, R. J. (2015). The Effect of the price, promotion, location, brand image, and quality of products toward the purchase decision of consumers at bengkel gaoel store. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3.
- Ratnasari, D. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Blackberry (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fisip Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal Of Social and Politic*, 3(2), 1–6.
- Ratri, L. E. (2007). *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sabran, B. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk merek Eiger. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 73–83.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2016). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian produk danone di Jakarta. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2).
- Stanton, W. (1996). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyawati, P. (2009). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Di Kota Semarang. *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen Cetakan ke 2*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Top Brand Award. (2021). Top Brand Award tentang Sabun. Retrieved from [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)
- Trihendradi, C. (2009). *Step by Step SPSS 16 Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Umar, H. (2000). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner

#### KUESIONER PENELITIAN PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN BATANG ANTI BAKTERI DETTOL DI KOTA BEKASI

Assalamualaikum Wr. Wb

Kepada Yth, Para Responden

Di Jakarta.

Perkenalkan saya Juan Kuswondo, Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional bidang konsentrasi Manajemen Pemasaran dengan Nomor Pokok Mahasiswa 183112340240390. Untuk memenuhi data yang dibutuhkan dalam melengkapi tugas akhir (skripsi), dengan ini peneliti memberikan kuesioner penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Batang Anti Bakteri Dettol di Kota Bekasi”**. Hasil kuesioner ini akan digunakan untuk melengkapi dan menyempurnakan penelitian tersebut.

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

1. Isilah kolom identitas yang telah disediakan sesuai dengan identitas Ibu/Bapak/Kaka-kaka sekalian
2. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat Ibu/Bapak/Kaka-kaka, penilaian menggunakan skala 1 hingga 5.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan member tanda checklist (√)
4. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
5. Mohon memberikan jawaban yang sebenar-benarnya.
6. Setelah seluruh jawaban dari kuesioner terisi, dimohon untuk mengumpulkan kuesioner dengan cara memilih tombol kirim/submit.

Dengan mengetahui segala keterbatasan dan berharganya waktu yang dimiliki Saudara/i, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk dapat mengisi kuesioner yang saya ajukan dan bersedia mengisinya dengan kondisi yang

sebenarnya pada saat ini. Jawaban yang di berikan bersifat rahasia dan akan dijamin kerahasiaannya karena hanya digunakan untuk kepentingan ilmiah. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu yang telah diluangkan serta kesediaan Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

**Peneliti,**

**Juan Kuswondo**

**183112340240390**



**Bagian 1 : Petunjuk Pengisian Koesioner****Identitas Responden:**

1. Nama :
2. Jenis kelamin:
  - Laki-laki
  - Perempuan
3. Usia:
  - 16-24 Tahun
  - 25-34 Tahun
  - 35-44 Tahun
  - >45 Tahun
4. Pekerjaan
  - Pelajar/Mahasiswa
  - PNS
  - Pegawai Swasta
  - Lainnya
5. Jenjang Pendidikan:
  - SMA/SMK
  - Akademi/D3
  - S1
  - S2
  - S3
6. Domisili :
  - Bekasi Selatan
  - Bekasi Barat
  - Bekasi Utara
  - Bekasi Timur
7. Pendapatan:



- < Rp. 2.000.000
- Rp. 2.100.000 – Rp. 4.000.0000
- Rp. 4.100.000-7.000.000
- > Rp. 7.100.000

## Bagian 2 : Petunjuk Pengisian Kuesioner

### Petunjuk Pengisian Variabel Penelitian

Saudara/i diminta untuk memilih salah satu skala likert antara 1 sampai 5 yang tersedia pada kolom dibawah pertanyaan untuk menentukan seberapa kepuasan Saudara/i mengenai hal-hal tersebut. Jika menurut Saudara/i tidak ada jawaban yang tepat, maka jawaban dapat diberikan pada pilihan yang paling mendekati. Masing-masing angka menunjukkan persetujuan terhadap nilai yang terdapat pada kolom yang bersangkutan, diantaranya yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Ragu-Ragu (R)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

### Statement Kuisisioner

### Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Dettol di Kota Bekasi

#### Kualitas Produk (X1)

Sumber : Bob Sabran (2012:8-10)

Variable	Indikator	Statement atau Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	<b>Bentuk (form)</b>	Sabun mandi dettol memiliki bentuk beragam varian sesuai kebutuhan konsumen					
2	<b>Fitur (feature)</b>	Sabun mandi dettol memiliki beragam jenis produk mulai dari sabun batang sampai sabun cair					



3	<b>Penyesuaian (Customization)</b>	Sabun mandi Dettol memiliki kinerja yang baik mampu membunuh kuman					
4	<b>Kualitas Kinerja (Performance Quality)</b>	Sabun mandi Dettol merupakan produk yang baik dan berkualitas bagi konsumen					
5	<b>Ketahanan (Durability)</b>	Sabun mandi Dettol memiliki umur atau daya tahan produk yang cukup lama (tanggal kadaluarsa)					
6	<b>Kualitas Kesesuaian (Conformance Quality)</b>	Sabun mandi Dettol memiliki kandungan yang baik yang mampu membersihkan kulit					
7	<b>Kemudahan Perbaikan (Repairability)</b>	Sabun mandi Dettol bila mengalami kegagalan fungsi produk dapat ditukar Kembali kepada penjual					
8	<b>Keandalan (Reliability)</b>	Sabun mandi Dettol memiliki beragam varian aroma sesuai kepribadian konsumen					
9	<b>Gaya (Style)</b>	Sabun mandi Dettol memiliki varian dimulai dari warna, model dan fungsi sesuai kebutuhan konsumen					

**Citra Merek (X2)****Kotler dan Keller (2013:97)**

Variable	Indikator	Statement atau Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	<b>Brand Identity</b>	Merek sabun mandi Dettol mudah dikenali kalangan masyarakat kota Bekasi					
2	<b>Brand Personality</b>	Merek sabun mandi Dettol memiliki karakter khas yaitu lambang (+) menandakan perlindungan dari kuman					
3	<b>Brand Association</b>	Merek sabun mandi Dettol dipercaya dapat mencegah kuman bagi konsumen					
4	<b>Brand Attitude &amp; Behavior</b>	Merek sabun mandi Dettol dipercaya memiliki perlindungan lebih kuat dari sabun sejenis lainnya					
5	<b>Brand Benefit &amp; Competence</b>	Merek sabun mandi Dettol dipercaya bermanfaat melindungi diri dari kuman dan penyakit					

**Harga (X3)****Kotler dan Armstrong (2012:52)**

Variable	Indikator	Statement atau Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Keterjangkaun Harga	Harga produk Sabun Dettol dapat dijangkau oleh semua konsumen					
2	Kesesuaian harga dengan kualitas produk.	Harga produk Sabun Dettol sesuai dengan hasil yang diinginkan					

3	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga produk Sabun Dettol sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					
4	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Harga produk Sabun Dettol Dapat Bersaing dengan produk yang lain					

### Keputusan Pembelian sabun mandi Dettol (Y)

Sumber : Kotler (2007:222).

Variable	Indikator	Statement atau Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	<b>Kemantapan pada sebuah produk</b>	Memutuskan untuk melakukan pembelian sabun mandi Dettol karena sesuai dengan kebutuhan					
2	<b>Kebiasaan dalam membeli produk kebiasaan</b>	Mencari informasi terlebih dahulu sebelum membeli sabun mandi dettol					
3	<b>Memberikan rekomendasi kepada orang lain</b>	Memebeli sabun mandi Dettol karena orang orang sekitar juga menggunakan produk tersebut					
4	<b>Melakukan pembelian ulang</b>	Melakukan pembelian ulang sabun mandi Dettol karena merasakan manfaat dari menggunakan produk					

### Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

No Res	Kualitas Produk (X1)									Total X1	Citra Merek (X2)					Total X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38	4	4	4	4	5	21
2	5	4	4	5	5	4	5	4	5	41	5	4	5	4	4	22
3	4	3	3	4	4	5	4	5	4	36	4	4	4	3	2	17
4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	40	4	4	4	3	5	20
5	4	4	3	5	5	5	5	5	4	40	4	5	4	4	3	20
6	5	4	5	4	3	5	3	5	5	39	4	3	3	4	4	18
7	4	3	3	5	4	4	4	4	4	35	5	4	4	3	2	18
8	3	4	4	5	4	4	4	4	5	37	5	4	3	4	4	20
9	3	4	4	4	4	3	4	4	3	33	5	4	3	4	4	20
10	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	2	4	2	16
11	2	4	2	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	2	18
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	25
13	5	5	4	5	5	4	5	5	4	42	3	4	4	4	3	18
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	4	2	5	5	20
15	5	4	4	5	4	5	4	5	5	41	4	2	4	2	4	16
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	3	3	4	18
17	3	4	4	4	3	4	3	5	5	35	5	5	2	5	5	22
18	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	5	4	4	5	5	23
19	3	4	5	4	5	4	5	4	3	37	4	4	3	4	5	20
20	3	2	4	4	4	4	4	4	3	32	4	3	3	3	4	17
21	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	5	4	4	4	4	21
22	2	3	5	4	4	4	4	4	2	32	4	3	2	3	5	17
23	2	3	3	4	4	4	4	4	2	30	4	4	2	3	3	16
24	4	4	2	5	5	4	5	4	4	37	4	5	4	4	2	19
25	3	4	5	5	5	5	5	4	3	39	3	3	3	4	5	18
26	3	4	4	4	4	4	4	4	3	34	4	4	3	4	4	19
27	2	4	4	4	4	3	4	4	2	31	3	4	3	4	3	17
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	20
29	4	2	4	4	4	4	4	4	4	34	2	3	4	2	2	13
30	5	4	4	5	5	4	5	5	5	42	4	2	5	4	4	19
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	25
32	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44	5	5	5	5	5	25
33	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37	5	5	4	4	5	23
34	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44	4	4	5	5	4	22
35	5	4	5	4	5	5	5	4	5	42	5	5	5	4	5	24
36	5	5	5	5	5	4	5	4	5	43	4	4	5	5	5	23

37	5	5	4	3	4	4	4	3	5	37	5	2	5	5	4	21
38	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39	4	4	4	4	4	20
39	5	5	5	4	4	4	4	4	5	40	4	2	2	5	2	15
40	5	5	5	5	4	4	4	5	5	42	5	5	2	2	5	19
41	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	4	4	5	5	5	23
42	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39	4	4	4	4	4	20
43	5	5	5	4	4	4	4	4	5	40	4	4	5	5	5	23
44	4	4	4	5	4	5	4	5	4	39	4	4	5	4	4	21
45	3	4	4	4	5	4	5	4	3	36	4	3	3	4	4	18
46	4	3	3	3	3	3	3	3	4	29	3	4	4	3	3	17
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	25
48	4	5	5	5	4	4	4	5	4	40	4	4	4	5	5	22
49	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44	5	5	5	4	5	24
50	5	3	3	5	5	5	5	5	5	41	5	5	5	3	3	21
51	5	4	5	5	4	4	4	5	5	41	5	4	5	4	5	23
52	5	5	5	4	4	4	5	5	4	41	4	4	4	5	5	22
53	5	4	5	4	4	4	4	4	5	39	4	4	5	4	5	22
54	3	4	4	4	5	5	5	4	4	38	4	3	3	4	4	18
55	4	5	3	5	5	4	5	5	4	40	3	4	4	5	3	19
56	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43	4	4	5	4	4	21
57	3	3	5	4	5	4	5	4	3	36	5	4	3	3	5	20
58	3	3	3	5	4	5	4	5	3	35	4	5	3	3	3	18
59	3	4	4	4	4	3	4	4	3	33	5	4	3	4	4	20
60	4	5	5	5	5	4	5	5	4	42	5	4	4	5	5	23
61	5	5	4	4	4	3	4	4	5	38	4	5	5	5	4	23
62	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44	5	5	5	5	5	25
63	3	5	5	5	5	4	5	5	3	40	4	4	3	5	5	21
64	4	5	5	5	5	5	5	5	4	43	3	4	4	5	5	21
65	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44	4	5	5	4	5	23
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	25
67	4	4	5	5	5	3	5	4	4	39	5	5	4	4	5	23
68	5	5	4	4	5	4	5	4	5	41	4	4	5	5	4	22
69	5	5	4	4	5	5	5	5	4	42	4	4	5	5	4	22
70	4	4	5	5	5	4	5	5	5	42	4	4	4	4	5	21
71	5	5	5	5	5	4	5	4	4	42	5	5	5	5	5	25
72	4	4	4	4	5	4	5	4	4	38	4	5	4	4	4	21
73	4	5	4	4	5	5	5	4	5	41	4	4	4	5	4	21
74	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38	4	4	4	4	4	20
75	3	4	5	5	4	3	4	4	5	37	4	4	3	4	5	20
76	3	3	4	4	4	4	4	3	4	33	5	3	3	3	4	18
77	4	4	3	3	5	4	5	5	4	37	4	5	4	4	3	20
78	5	4	5	5	5	2	5	5	5	41	4	4	5	4	5	22
79	4	5	4	4	5	5	5	5	5	42	2	3	4	5	4	18
80	5	5	4	5	5	4	5	3	4	40	3	3	5	5	4	20

81	3	4	4	3	4	4	4	3	4	33	4	3	4	4	4	19
82	4	4	5	4	5	5	5	4	5	41	3	4	4	4	5	20
83	3	5	3	4	4	4	4	4	5	36	4	4	3	5	4	20
84	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38	4	4	4	5	4	21
85	3	4	5	5	4	3	4	4	5	37	4	4	4	4	4	20
86	3	3	4	4	4	4	4	3	4	33	4	4	3	4	5	20
87	4	4	3	3	5	4	5	5	4	37	5	3	3	3	4	18
88	5	4	5	5	5	2	5	5	5	41	4	5	4	4	3	20
89	4	5	4	4	5	5	5	5	5	42	4	4	5	4	5	22
90	5	5	4	5	5	4	5	3	4	40	2	3	4	5	4	18
91	3	4	4	3	4	4	4	3	4	33	3	3	5	5	4	20
92	4	4	5	4	5	5	5	4	5	41	4	3	4	4	4	19
93	3	5	3	4	4	4	4	4	5	36	3	4	4	4	5	20
94	3	4	4	3	4	4	5	4	4	35	4	4	3	5	4	20
95	4	4	5	4	5	5	5	4	5	41	3	4	4	4	5	20
96	3	5	3	4	4	3	4	4	3	33	4	4	3	5	4	20



No Res	HArga (X3)				Total X3	Keputusan pembelian (Y)				Total Y
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	4	5	4	4	17	5	4	4	4	17
2	4	4	5	2	15	4	5	2	5	16
3	3	2	4	4	13	2	4	4	4	14
4	3	5	5	2	15	5	5	2	5	17
5	4	3	4	5	16	3	4	5	5	17
6	4	4	4	3	15	4	4	3	3	14
7	3	2	4	4	13	2	4	4	4	14
8	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17
9	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
10	4	2	4	5	15	2	4	5	4	15
11	4	2	4	4	14	2	4	4	4	14
12	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
13	4	3	4	5	16	3	4	5	4	16
14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
16	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
17	5	5	4	5	19	5	4	5	4	18
18	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17
19	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19
20	3	4	4	3	14	4	4	3	4	15
21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
22	3	5	2	4	14	5	2	4	4	15
23	3	3	4	5	15	3	4	5	4	16
24	4	2	5	5	16	2	5	5	5	17
25	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19
26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
27	4	3	4	4	15	3	4	4	4	15
28	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
29	2	2	4	4	12	2	4	4	5	15
30	4	4	5	4	17	4	5	4	5	18
31	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
32	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
33	4	5	4	4	17	5	4	4	4	17
34	5	4	5	5	19	4	5	5	5	19
35	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19
36	5	5	4	4	18	5	4	4	5	18
37	5	4	3	4	16	4	3	4	4	15
38	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18
39	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17
40	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18
41	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18

42	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18
43	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17
44	4	4	5	5	18	4	5	5	4	18
45	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
46	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
47	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
48	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18
49	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
50	3	3	5	5	16	3	5	5	5	18
51	4	5	5	4	18	5	5	4	4	18
52	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
53	4	5	4	4	17	5	4	4	4	17
54	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
55	5	3	5	5	18	3	5	5	5	18
56	4	4	5	4	17	4	5	4	5	18
57	3	5	4	5	17	5	4	5	5	19
58	3	3	5	4	15	3	5	4	4	16
59	4	4	4	5	17	4	4	5	4	17
60	5	5	5	3	18	5	5	3	5	18
61	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
62	5	5	5	3	18	5	5	3	5	18
63	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
64	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19
65	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
66	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
67	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19
68	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17
69	5	4	4	3	16	4	4	3	5	16
70	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19
71	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
72	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
73	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17
74	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
75	4	5	5	5	19	5	5	5	4	19
76	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
77	4	3	3	3	13	3	3	3	5	14
78	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19
79	5	4	4	5	18	4	4	5	5	18
80	5	4	5	4	18	4	5	4	5	18
81	4	4	3	3	14	4	3	3	4	14
82	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19
83	5	3	4	4	16	3	4	4	4	15
84	4	3	5	3	15	4	4	4	5	17
85	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17







X1.9	Pearson Correlation	,669*	,344*	,271*	,203*	,123	,188	,145	,230*	1	,621*
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,008	,048	,231	,067	,159	,024		,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1	Pearson Correlation	,793*	,587*	,530*	,609*	,671*	,478*	,659*	,606*	,621*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,792	9

### Lampiran 4 Uji Instrumen (X2)

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,375**	,060	-,011	,252*	,521**
	Sig. (2-tailed)		,000	,560	,918	,013	,000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	,375**	1	,216*	,131	,177	,604**
	Sig. (2-tailed)	,000		,035	,205	,085	,000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	,060	,216*	1	,316**	,197	,629**

	Sig. (2-tailed)	,560	,035		,002	,054	,000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	-,011	,131	,316**	1	,298**	,581**
	Sig. (2-tailed)	,918	,205	,002		,003	,000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	,252*	,177	,197	,298**	1	,662**
	Sig. (2-tailed)	,013	,085	,054	,003		,000
	N	96	96	96	96	96	96
X2	Pearson Correlation	,521**	,604**	,629**	,581**	,662**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,734	6

### Lampiran 5 Uji Instrumen (X3)

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total_X
						3
X3.1	Pearson Correlation	1	,396**	,307**	,203*	,732**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,043	,000
	N	96	96	96	96	96

X3.2	Pearson	,396**	1	,251*	,072	,709**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	,000		,012	,474	,000
	N	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson	,307**	,251*	1	,194	,617**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	,002	,012		,054	,000
	N	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson	,203*	,072	,194	1	,549**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	,043	,474	,054		,000
	N	96	96	96	96	96
Total_ X3	Pearson	,732**	,709**	,617**	,549**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,742	4

### Lampiran 6 Uji Instrumen (Y)

#### Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y
Y.1	Pearson	1	,312**	,109	,223*	,699**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		,002	,292	,029	,000
	N	96	96	96	96	96

Y.2	Pearson Correlation	,312**	1	,250*	,377**	,707**
	Sig. (2-tailed)	,002		,014	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
Y.3	Pearson Correlation	,109	,250*	1	,235*	,597**
	Sig. (2-tailed)	,292	,014		,021	,000
	N	96	96	96	96	96
Y.4	Pearson Correlation	,223*	,377**	,235*	1	,626**
	Sig. (2-tailed)	,029	,000	,021		,000
	N	96	96	96	96	96
Y	Pearson Correlation	,699**	,707**	,597**	,626**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,753	5

### Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,38991563

Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,051
	Negative	-,072
Test Statistic		,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

### Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	4,846	1,506			3,218	,002		
Kualitas_Produk	,214	,047	,450		4,524	,000	,626	1,598
Citra_Merek	,203	,075	,269		2,708	,008	,626	1,598
Harga	,310	,053	,235		2,437	,001	,626	1,598

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

### Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1,798	,950			1,893	,061
Kualitas_Produk	-,020	,030	-,087		-,664	,508
Citra_Merek	,002	,047	,005		,038	,970
Harga	-,006	,035	-,019		-,175	,862

a. Dependent Variable: ABS\_RES

### Uji Autokorelasi

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,651 <sup>a</sup>	,424	,411	1,40478	2,160

a. Predictors: (Constant), Harga, Citra\_Merek, Kualitas\_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

### Lampiran 8 Uji Regresi Linier Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,846	1,506		3,218	,002
Kualitas_Produk	,214	,047	,450	4,524	,000
Citra_Merek	,203	,075	,269	2,708	,008
Harga	,111	,052	,140	2,142	,001

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

### Lampiran 9 Uji Kelayakan Model

#### Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134,879	2	67,440	34,174	,000 <sup>b</sup>
	Residual	183,527	93	1,973		
	Total	318,406	95			

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Citra\_Merek, Kualitas\_Produk

#### Uji R



**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,651 <sup>a</sup>	,424	,411	1,40478	2,260

a. Predictors: (Constant), Harga, Citra\_Merek, Kualitas\_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

**Uji t****Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,846	1,506		3,218	,002
Kualitas_Produk	,214	,047	,450	4,524	,000
Citra_Merek	,203	,075	,269	2,708	,008
Harga	,213	,052	,140	2,142	,001

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian





# UNIVERSITAS NASIONAL

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Program Studi : S1- Manajemen, S1- Akuntansi, dan S1- Pariwisata

JL. Sawo Manila No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id>. E-mail : [febunas49@gmail.com](mailto:febunas49@gmail.com)

### KONSULTASI BIMBINGAN

**Npm** : 183112340240390  
**Nama** : Juan Kuswondo  
**Program Studi** : Manajemen  
**Konsentrasi** : Manajemen Pemasaran

### KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
25 October, 2021	pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian <i>hand sanitizer</i> dettol pada masa pandemi <i> covid 19</i>	Sudah Ditanggapi
25 October, 2021	pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian <i>hand sanitizer</i> dettol pada masa pandemi <i> covid 19</i>	Sudah Ditanggapi

### KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
6 December, 2021	pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sabun batang anti bakteri dettol di kota bekasi	Sudah Ditanggapi
12 August, 2022	bab i	Sudah Ditanggapi
12 August, 2022	bab ii	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
12 August, 2022	bab iii	Sudah Ditanggapi
12 August, 2022	bab iv	Sudah Ditanggapi
12 August, 2022	bab v	Sudah Ditanggapi
12 August, 2022	juan kuswondo full ta	Sudah Ditanggapi
12 August, 2022	<b>kuesioner penelitian</b>	Sudah Ditanggapi



# JUAN KUSWONDO - TA

## ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	3%
2	<a href="http://repository.stei.ac.id">repository.stei.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://journal.unimal.ac.id">journal.unimal.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://repositori.uin-alauddin.ac.id">repositori.uin-alauddin.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://riset.unisma.ac.id">riset.unisma.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://puslit.mercubuana.ac.id">puslit.mercubuana.ac.id</a> Internet Source	1%

