

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Amelia, & Reviandani, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 467–483.
- Anggraini, A. N. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada CV. Prima Motor Pasirpangaraian (Studi Kasus Masyarakat Desa Rambah Jaya Kabupaten Rokan Hulu). (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Riau).
- Arianty, N. (2016). Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Kumpulan Jurnal Dosen UMSU*, 4(2), 76-87.
- ARIYANTI, Y. (2022). Pengaruh Iklan dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Marina Handbody Lotion dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- Belajar, K., Di, S., & Negeri, S. M. A. (2022). (1) , (2) , (3) 1. 2(1), 1–13.
- Darma, N. N. G. G., & Hartati, P. S. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo pada Gerai Handphone Shop di Gianyar. *Widya Amrita*, 1(1), 349–361. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1185>
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan , Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah. *Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta (SEMNASKEP) 2020*, 73–79.
- Dr. Indra Prasetya, S. P. M. S. C., Dr. AKRIM, S. P. M. P., & Dr. Emilda Sulasmi, M. P. (2022). *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori dan Praktik*. umsu press. <https://books.google.co.id/books?id=CaeBEAAAQBAJ>
- Dyaz Renaldi. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pd.Ikram Nusa Persada. *Institutional Repositories & Scientific Journals*, 5–39. <http://repository.unpas.ac.id/>
- Eltonia, N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600ml di Kota *Jurnal Mirai Management*, 6(2), 250–256. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/1938%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/1938/1277>
- Fadillah, A., & Tifani, N. (2018). Pengaruh Lingkungan Sosial, Kepercayaan

- Merek, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada pengguna iPhone di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 6(1), 009–016. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v6i1.31>
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhillah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Firmansyah, T. M. H. (2022). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada PT . Raden Jaya. Remik: Riset Dan *E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 6, 948–953.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS (7th ed.)*. Badan Peberbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud.Barelang Tani Jaya Batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 37–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.4>
- Harahap, E. F. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Kendaraan Bermotor pada PT Asuransi Sinarmas Cabang Garut. *Journal of Knowledge Management*, 12(1), 12–20. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JKM/article/view/613/598>
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Mitra Kecamatan Amandraya. *PARETO: Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 16–25.
- Junaidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Citra Mandiri Distribusindo Skripsi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 (13th ed.). Erlangga.
- Kuengo, F. A., Taan, H., & Radji, D. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio Pada Nengga mobilindo Kota Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 54–65. <https://doi.org/10.37479/jimb.v5i1.14234>
- Kurniawan, R. E., Makrifatullah, N. A., Rosar, N., Triana, Y., & Kunci, K. (2022). Humantech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 2(1), 163–173. <https://katadata.co.id/berita/2020/01/06/baru-83-peserta-bpjs-kesehatan-per-akhir-2019->
- Laraswati, N. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Perceived Value, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Iphone Pada Mahasiswa STEI Jakarta. (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Naninsih, N., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm)

- 310 Di Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 1(1), 47–61. <https://doi.org/10.37476/massarov1i1.644>
- Nasyaikin, A., & Sampeliling, A. (2021). Pengaruh kelompok acuan, kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian. 18(4), 2021–2648. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Nisak, D. A. K., & Astutiningsih, S. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek , Harga , Kualitas Layanan Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Produk Simpati Telkomsel. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 41–48.
- Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pt Sarana Bandar Logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75–82. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.75-82>
- Pratama, S. (2019). Landasan Teori Manajemen Pemasaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Puspitasari, D., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perusahaan Pembiayaan Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Intervening:(Studi Kasus Di Perumahan Jatinegara Indah Kecamatan Cakung). *Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 147–167.
- Rahmdhany, F. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Smartphone Samsung Di Kota Pinang. 1–99. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/18211>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ>
- Salim, H. S., Goh, T. S., & Margery, E. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt. Furnilux Indonesia. *Jurnal Bisnis Kolega*, 8(1). <https://doi.org/10.57249/jbk.v8i1.75>
- Sari, R. N., Darajat, A. H., Ningsih, N. R., Ilmu, J., Bisnis, A., Balitar, U. I., & Pelayanan, K. (2022). 1 , 2 , 3. 11(2), 78–86.
- Sitohang, A. M., Surya, A., Sirait, R. T. M., & Agung, U. D. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Android Pada Masyarakat Kelurahan Mangga Kecamatan Medan Tuntungan. 12, 53–62.
- Stevani, A., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat Di Ahass Mpm Larangan Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(2), 1058-1071.
- Sudaryono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*.

- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricssindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Wibowo, A. E., & Gunawan, A. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Restoran Sederhana Di Harbout Bay Batam. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(1), 57–67. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i1.364>
- Wibowo, F. I. (2022). Volume Penjualan Susu Kambing Etawa Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara.
- Yulianto, N. A. B., Maskan, M., & Utaminingsih, A. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Metode Penelitian Bisnis*. UPT Percetakan dan Penerbitan Polinema. <https://books.google.co.id/books?id=dSJyDwAAQBAJ>





LAMPIRAN

LAMPIRAN 1
LEMBAR KUISIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kepada Yth

Bapak/Ibu

Perkenalkan nama saya Innesense Ave Djatajuma, mahasiswi Universitas Nasional Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul "Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Jakarta Selatan"

Dengan ini saya memohon kepada bapak/ibu/saudara/i untuk memberikan jawaban sesuai yang dirahasiakan. Kuesioner berhubungan dengan persepsi anda sebagai customer sepeda motor honda beat. Saya akan menjaga data yang bapak/ibu/saudara/i berikan. Terimakasih sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini. Semua informasi dan jawaban yang anda berikan tidak bernilai benar ataupun salah, namun jawaban terbaik adalah jawaban yang sesuai dengan diri anda.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat saya,



Innesense Ave Djatajuma

193402516088

A. Petunjuk Pengisian

Bagian 1 : Identitas Responden

1. Nama Responden
2. Email
3. Jenis Kelamin
 - a. Laki – Laki
 - b. Perempuan
4. Usia
 - a. 20 – 30 tahun
 - b. 30 – 40 tahun
 - c. < 40 tahun
5. Jenis Pekerjaan
 - a. Mahasiswa/Pelajar
 - b. Pekerja
 - c. Wirausaha
 - d. Lainnya

Bagian 2 : Petunjuk Pengisian

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

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

1. Citra Merek (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Motor honda beat adalah sepeda motor matic yang diproduksi oleh PT Astra Honda Motor					
2	Motor honda beat mempunyai tagline "One Heart" yang mudah diingat oleh konsumen					
3	Motor honda beat memiliki bentuk bervariasi dan menarik yang memberikan kenyamanan bagi pengendaranya					
4	Motor honda beat lebih irit dalam penggunaan bahan bakar					
5	Motor honda beat memiliki desain yang lebih stylish dan sporty serta dengan kelengkapan fitur yang canggih					

2. Kepercayaan Merek (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Motor honda beat sudah dikenal di kalangan masyarakat luas dengan kualitas yang baik					
2	Motor honda beat dapat diandalkan oleh konsumen					
3	Motor honda beat tidak pernah mengecewakan konsumen					
4	Konsumen merasa aman menggunakan motor honda beat					

3. Strategi Pemasaran (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Produk yang ditawarkan motor honda beat mengikuti tren mode pada masanya					
2	Harga yang ditawarkan motor honda beat sesuai dengan kualitasnya					
3	Banyak terdapat lokasi dealer motor honda beat yang dapat dijangkau konsumen					
4	Motor honda beat dipromosikan melalui media internet dan iklan					

4. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Melakukan pembelian motor honda beat karena sesuai dengan kebutuhan					
2	Membeli motor honda beat karena sesuai dengan keunggulan yang dimilikinya					
3	Merekomendasikan motor honda beat kepada orang lain karena kualitasnya yang baik					
4	Membeli kembali motor honda beat di waktu yang akan datang karena merasa puas dengan produk tersebut					

LAMPIRAN 2

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

A. Jawaban Kuisisioner Variabel Citra Merek (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total X1
1	3	4	5	3	4	19
2	4	4	4	4	3	19
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	5	4	4	4	4	21
7	3	5	5	4	5	22
8	5	5	5	5	5	25
9	5	4	4	3	4	20
10	5	4	5	3	4	21
11	5	5	5	3	5	23
12	3	3	4	3	4	17
13	5	5	5	5	5	25
14	4	4	4	4	4	20
15	5	5	5	4	5	24
16	4	5	5	4	5	23
17	5	5	5	5	4	24
18	4	4	4	4	3	19
19	4	5	5	4	5	23
20	4	4	5	5	4	22
21	5	5	4	4	4	22
22	5	5	5	3	5	23
23	5	5	5	5	5	25
24	5	5	5	5	5	25
25	4	4	5	4	4	21
26	4	4	4	5	5	22
27	5	4	5	4	5	23
28	4	4	4	4	4	20
29	5	4	5	5	5	24
30	5	5	5	5	3	23
31	5	5	5	4	4	23
32	5	5	4	5	4	23
33	4	5	4	3	3	19
34	5	5	4	4	4	22
35	4	4	4	5	5	22
36	4	4	3	4	3	18

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

80	5	5	4	5	4	23
81	4	5	5	5	5	24
82	4	5	4	3	5	21
83	5	5	4	5	2	21
84	5	5	5	5	5	25
85	1	5	4	3	4	17
86	3	5	4	3	3	18
87	4	4	3	3	3	17
88	5	4	3	3	3	18
89	5	5	5	5	1	21
90	5	5	5	4	4	23
91	3	5	5	4	4	21
92	4	4	4	3	5	20
93	4	5	4	4	4	21
94	4	4	5	4	4	21
95	5	5	5	5	4	24
96	4	4	4	4	4	20
97	4	5	4	5	4	22
98	5	5	4	4	4	22
99	5	5	5	4	5	24
100	5	4	4	4	4	21

B. Jawaban Kuisisioner Variabel Kepercayaan Merek (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2
1	3	4	5	4	16
2	4	4	3	4	15
3	5	5	5	5	20
4	5	4	4	5	18
5	5	3	4	5	17
6	4	4	4	3	15
7	5	4	5	4	18
8	5	5	5	5	20
9	5	3	5	4	17
10	5	4	3	4	16
11	5	5	5	3	18
12	3	4	4	4	15
13	5	5	5	5	20
14	5	4	4	4	17
15	4	5	4	5	18
16	4	5	4	4	17
17	5	5	5	5	20
18	3	3	4	4	14

19	5	5	4	5	19
20	4	4	4	4	16
21	4	4	4	4	16
22	3	3	4	4	14
23	5	5	5	5	20
24	5	5	4	4	18
25	4	4	4	4	16
26	5	4	4	4	17
27	4	5	5	5	19
28	4	4	4	4	16
29	4	4	5	5	18
30	4	4	4	3	15
31	4	4	3	3	14
32	4	4	4	4	16
33	4	3	3	3	13
34	4	4	4	4	16
35	4	4	5	5	18
36	4	3	4	4	15
37	5	4	5	4	18
38	5	5	4	5	19
39	5	4	4	4	17
40	5	4	5	4	18
41	5	5	5	5	20
42	5	4	4	4	17
43	5	5	5	5	20
44	5	4	5	5	19
45	4	4	3	4	15
46	5	4	4	4	17
47	4	4	3	4	15
48	4	4	4	5	17
49	4	5	4	5	18
50	4	3	3	4	14
51	5	5	4	4	18
52	4	4	4	4	16
53	5	5	5	5	20
54	5	5	3	3	16
55	4	5	4	4	17
56	4	4	3	4	15
57	4	4	4	4	16
58	4	3	5	4	16
59	5	4	4	4	17
60	5	5	4	4	18
61	5	5	5	5	20

62	4	5	4	4	17
63	4	4	4	4	16
64	4	4	4	5	17
65	5	5	5	5	20
66	4	4	4	4	16
67	5	5	4	4	18
68	4	4	4	4	16
69	4	4	3	4	15
70	3	4	3	4	14
71	5	5	5	5	20
72	4	4	4	5	17
73	4	4	4	4	16
74	5	5	4	4	18
75	4	4	3	3	14
76	4	4	4	4	16
77	3	4	3	5	15
78	5	5	5	5	20
79	4	4	4	3	15
80	4	4	4	5	17
81	5	4	5	5	19
82	4	4	4	4	16
83	5	5	5	5	20
84	5	5	4	5	19
85	5	4	4	3	16
86	3	4	3	4	14
87	4	4	4	3	15
88	4	4	4	4	16
89	3	5	5	4	17
90	5	5	5	5	20
91	4	4	5	5	18
92	4	5	5	3	17
93	4	4	4	4	16
94	5	4	4	4	17
95	5	4	4	4	17
96	4	4	4	4	16
97	3	4	5	3	15
98	5	4	4	4	17
99	5	5	5	5	20
100	5	4	4	5	18

C. Jawaban Kuisisioner Variabel Strategi Pemasaran (X3)

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

41	4	5	5	5	19
42	5	5	5	5	20
43	5	5	5	5	20
44	5	5	4	5	19
45	4	4	4	5	17
46	5	5	5	5	20
47	5	5	4	4	18
48	4	4	3	3	14
49	4	5	4	5	18
50	3	4	4	4	15
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	5	5	5	5	20
54	5	5	5	5	20
55	5	5	4	4	18
56	4	5	4	4	17
57	3	3	3	3	12
58	4	3	4	5	16
59	4	5	4	4	17
60	5	5	5	5	20
61	5	3	5	5	18
62	5	4	4	5	18
63	4	4	4	4	16
64	3	4	4	4	15
65	5	5	5	5	20
66	4	4	4	4	16
67	5	4	5	5	19
68	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16
70	4	4	3	4	15
71	5	5	5	5	20
72	5	4	4	5	18
73	4	4	4	4	16
74	4	4	3	5	16
75	4	4	4	4	16
76	4	4	4	4	16
77	5	3	3	4	15
78	5	5	5	5	20
79	5	4	5	5	19
80	4	4	4	3	15
81	5	5	5	5	20
82	5	4	4	4	17
83	3	5	5	4	17

84	5	4	4	4	17
85	4	4	5	5	18
86	4	4	4	4	16
87	3	3	4	4	14
88	3	4	4	4	15
89	3	5	5	5	18
90	5	4	4	3	16
91	4	4	3	3	14
92	4	5	4	4	17
93	4	4	4	4	16
94	4	4	5	4	17
95	5	4	5	5	19
96	4	4	4	4	16
97	5	3	4	5	17
98	4	4	4	3	15
99	5	5	5	5	20
100	4	5	5	5	19

D. Jawaban Kuisisioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Total Y
1	4	5	4	5	18
2	4	3	4	4	15
3	5	5	4	4	18
4	4	5	5	5	19
5	5	5	5	5	20
6	4	4	4	4	16
7	4	5	5	5	19
8	5	5	5	5	20
9	4	3	5	5	17
10	4	4	4	4	16
11	5	5	5	2	17
12	4	4	4	4	16
13	5	5	5	4	19
14	4	4	4	4	16
15	5	5	5	5	20
16	4	4	5	4	17
17	5	5	4	5	19
18	4	3	4	4	15
19	5	4	4	5	18
20	4	5	5	4	18
21	4	4	4	4	16
22	3	3	3	3	12

23	5	5	4	5	19
24	5	5	5	4	19
25	3	4	4	5	16
26	4	4	4	4	16
27	4	5	5	5	19
28	4	4	4	4	16
29	4	4	5	5	18
30	5	4	3	4	16
31	3	4	4	3	14
32	5	5	4	4	18
33	3	4	4	3	14
34	3	4	4	4	15
35	4	5	4	5	18
36	4	4	4	4	16
37	5	4	5	4	18
38	5	5	4	4	18
39	5	4	4	4	17
40	4	4	3	4	15
41	5	4	5	4	18
42	5	5	5	5	20
43	4	4	4	4	16
44	5	5	5	4	19
45	4	4	4	4	16
46	5	5	5	5	20
47	4	4	4	3	15
48	3	4	4	5	16
49	4	5	4	4	17
50	4	4	4	3	15
51	5	4	4	4	17
52	4	4	4	4	16
53	5	5	5	5	20
54	5	4	5	5	19
55	5	4	4	4	17
56	4	4	4	4	16
57	3	4	3	3	13
58	3	4	4	4	15
59	3	5	4	4	16
60	5	5	4	4	18
61	5	5	5	5	20
62	4	4	4	5	17
63	4	3	4	4	15
64	3	4	5	3	15
65	5	5	5	5	20

66	4	4	4	4	16
67	4	4	4	4	16
68	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16
70	4	4	3	4	15
71	5	5	5	5	20
72	5	4	5	5	19
73	4	4	4	3	15
74	4	4	5	4	17
75	4	4	3	3	14
76	4	4	4	4	16
77	4	4	4	4	16
78	5	5	5	5	20
79	4	4	5	5	18
80	5	4	4	3	16
81	5	5	5	5	20
82	4	4	5	5	18
83	5	4	5	3	17
84	5	5	5	5	20
85	4	4	3	4	15
86	4	4	3	3	14
87	4	3	3	3	13
88	4	4	4	3	15
89	5	5	4	4	18
90	5	5	4	5	19
91	3	3	5	5	16
92	5	4	3	5	17
93	4	4	4	4	16
94	4	4	4	4	16
95	5	5	5	5	20
96	4	4	4	4	16
97	4	5	4	5	18
98	5	4	4	4	17
99	5	4	5	4	18
100	5	5	5	5	20

LAMPIRAN 3
HASIL PENGUJIAN PENELITIAN

A. Uji Validitas
1. Citra Merek (X1)

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Citra Merek
X1.1	Pearson Correlation	1	.325**	.252*	.382**	.144	.623**
	Sig. (2-tailed)		.001	.012	.000	.152	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.325**	1	.481**	.348**	.233*	.658**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.020	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.252*	.481**	1	.389**	.454**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.382**	.348**	.389**	1	.267**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.144	.233*	.454**	.267**	1	.656**
	Sig. (2-tailed)	.152	.020	.000	.007		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Citra Merek	Pearson Correlation	.623**	.658**	.741**	.712**	.656**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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. Kepercayaan Merek (X2)

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Kepercayaan Merek
X2.1	Pearson Correlation	1	.397**	.334**	.294**	.707**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.003	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.397**	1	.359**	.331**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100

X2.3	Pearson Correlation	.334**	.359**	1	.415**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.294**	.331**	.415**	1	.714**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kepercayaan Merek	Pearson Correlation	.707**	.712**	.740**	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

3. Strategi Pemasaran (X3)

Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Strategi Pemasaran
X3.1	Pearson Correlation	1	.297**	.351**	.365**	.691**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.297**	1	.473**	.335**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.351**	.473**	1	.561**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.365**	.335**	.561**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Strategi Pemasaran	Pearson Correlation	.691**	.717**	.800**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

4. Keputusan Pembelian (Y)

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Keputusan Pembelian
Y1	Pearson Correlation	1	.495**	.354**	.294**	.724**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.495**	1	.402**	.382**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.354**	.402**	1	.433**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.294**	.382**	.433**	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.724**	.755**	.738**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

B. Uji Reliabilitas

1. Citra Merek (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.694	5

2. Kepercayaan Merek (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.687	4

3. Strategi Pemasaran (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.722	4

4. Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.717	4

C. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.10997752
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.036
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
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.		

D. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.622	1.215		.512	.610		
	Citra Merek	.157	.074	.193	2.136	.035	.436	2.295
	Kepercayaan Merek	.368	.082	.353	4.472	.000	.571	1.750
	Strategi Pemasaran	.386	.090	.383	4.298	.000	.447	2.239

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

E. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.059	.738		-.080	.936
	Citra Merek	.068	.045	.226	1.516	.133
	Kepercayaan Merek	-.089	.050	-.233	-1.789	.077
	Strategi Pemasaran	.055	.055	.149	1.011	.315

a. Dependent Variable: Abs_Res

F. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.812 ^a	.659	.649	1.12719	2.104

a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Kepercayaan Merek, Citra Merek

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

G. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.622	1.215		.512	.610
	Citra Merek	.157	.074	.193	2.136	.035
	Kepercayaan Merek	.368	.082	.353	4.472	.000
	Strategi Pemasaran	.386	.090	.383	4.298	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

H. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	235.987	3	78.662	61.912	.000 ^b
	Residual	121.973	96	1.271		
	Total	357.960	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Kepercayaan Merek, Citra Merek

I. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.659	.649	1.12719

a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Kepercayaan Merek, Citra Merek
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

J. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.622	1.215		.512	.610
	Citra Merek	.157	.074	.193	2.136	.035
	Kepercayaan Merek	.368	.082	.353	4.472	.000
	Strategi Pemasaran	.386	.090	.383	4.298	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



LAMPIRAN 4
KONSULTASI BIMBINGAN



UNIVERSITAS
NASIONAL FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS

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

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193402516088
Nama : INNESENSE AVE DJATAJUMA
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
26 October, 2022	pembahasan bab 1	Sudah Ditanggapi
7 November, 2022	pembahasan bab ii	Sudah Ditanggapi
7 November, 2022	pembahasan bab iii	Sudah Ditanggapi
12 November, 2022	bab 1-3 setelah revisi	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
30 January, 2023	berikut revisi setelah sempro saya pak	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	berikut pembahasan bab iv	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	berikut pembahasan bab v	Sudah Ditanggapi
3 February, 2023	berikut draft ta	Sudah Ditanggapi



LAMPIRAN 5 LEMBAR HASIL TURNITIN

INNESENSE AVE DJATAJUMA - TA

ORIGINALITY REPORT

17 %	18 %	11 %	0 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.walisongo.ac.id <small>Internet Source</small>	2 %
2	repository.upstegal.ac.id <small>Internet Source</small>	2 %
3	eprints.iain-surakarta.ac.id <small>Internet Source</small>	1 %
4	eprints.poltektegal.ac.id <small>Internet Source</small>	1 %
5	repository.usd.ac.id <small>Internet Source</small>	1 %
6	repository.iainpurwokerto.ac.id <small>Internet Source</small>	1 %
7	repository.usbypkp.ac.id <small>Internet Source</small>	1 %
8	eprints.upnyk.ac.id <small>Internet Source</small>	1 %
9	Firmansyah Firmansyah, Teuku Muhammad Haqiqi. "Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap	1 %

Keputusan Pembelian Rumah pada PT. Raden Jaya", remik, 2022

Publication

10	conference.binadarma.ac.id Internet Source	1 %
11	Geo Vanny Maruli Tua, Andri, Ira Meike Andariyani. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MESIN POMPA AIR SUBMERSIBLE DAB DECKER DI CV. CITRA NAULI ELECTRICSINDO PEKANBARU", Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2022 Publication	1 %
12	repositori.umsu.ac.id Internet Source	1 %
13	repository.stiewidyagamalumajang.ac.id Internet Source	1 %
14	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1 %
15	www.scribd.com Internet Source	1 %
16	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1 %
17	repository.stie-aub.ac.id Internet Source	1 %
	eprints.uny.ac.id	
18	Internet Source	1 %

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%

LAMPIRAN 6

TABEL UJI

Tabel r

Tabel r untuk df = 51 - 100					
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel Durbin Watson

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715	1.6164	1.7896
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721	1.6184	1.7901
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727	1.6203	1.7905
123	1.6893	1.7221	1.6728	1.7388	1.6561	1.7559	1.6392	1.7733	1.6222	1.7910
124	1.6906	1.7231	1.6743	1.7397	1.6577	1.7567	1.6409	1.7739	1.6240	1.7914
125	1.6919	1.7241	1.6757	1.7406	1.6592	1.7574	1.6426	1.7745	1.6258	1.7919
126	1.6932	1.7252	1.6771	1.7415	1.6608	1.7582	1.6443	1.7751	1.6276	1.7923
127	1.6944	1.7261	1.6785	1.7424	1.6623	1.7589	1.6460	1.7757	1.6294	1.7928
128	1.6957	1.7271	1.6798	1.7432	1.6638	1.7596	1.6476	1.7763	1.6312	1.7932
129	1.6969	1.7281	1.6812	1.7441	1.6653	1.7603	1.6492	1.7769	1.6329	1.7937
130	1.6981	1.7291	1.6825	1.7449	1.6667	1.7610	1.6508	1.7774	1.6346	1.7941
131	1.6993	1.7301	1.6838	1.7458	1.6682	1.7617	1.6523	1.7780	1.6363	1.7945
132	1.7005	1.7310	1.6851	1.7466	1.6696	1.7624	1.6539	1.7786	1.6380	1.7950
133	1.7017	1.7319	1.6864	1.7474	1.6710	1.7631	1.6554	1.7791	1.6397	1.7954
134	1.7028	1.7329	1.6877	1.7482	1.6724	1.7638	1.6569	1.7797	1.6413	1.7958
135	1.7040	1.7338	1.6889	1.7490	1.6738	1.7645	1.6584	1.7802	1.6429	1.7962
136	1.7051	1.7347	1.6902	1.7498	1.6751	1.7652	1.6599	1.7808	1.6445	1.7967

Tabel t

TABEL NILAI KRITIS DISTRIBUSI T

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
81	0,677531	1,292091	1,663884	1,989686	2,373270	2,637897	3,193922
82	0,677493	1,291961	1,663649	1,989319	2,372687	2,637123	3,192619
83	0,677457	1,291835	1,663420	1,988960	2,372119	2,636369	3,191349
84	0,677422	1,291711	1,663197	1,988610	2,371564	2,635632	3,190111
85	0,677387	1,291591	1,662978	1,988268	2,371022	2,634914	3,188902
86	0,677353	1,291473	1,662765	1,987934	2,370493	2,634212	3,187722
87	0,677320	1,291358	1,662557	1,987608	2,369977	2,633527	3,186569
88	0,677288	1,291246	1,662354	1,987290	2,369472	2,632858	3,185444
89	0,677256	1,291136	1,662155	1,986979	2,368979	2,632204	3,184345
90	0,677225	1,291029	1,661961	1,986675	2,368497	2,631565	3,183271
91	0,677195	1,290924	1,661771	1,986377	2,368026	2,630940	3,182221
92	0,677166	1,290821	1,661585	1,986086	2,367566	2,630330	3,181194
93	0,677137	1,290721	1,661404	1,985802	2,367115	2,629732	3,180191
94	0,677109	1,290623	1,661226	1,985523	2,366674	2,629148	3,179209
95	0,677081	1,290527	1,661052	1,985251	2,366243	2,628576	3,178248
96	0,677054	1,290432	1,660881	1,984984	2,365821	2,628016	3,177308
97	0,677027	1,290340	1,660715	1,984723	2,365407	2,627468	3,176387
98	0,677001	1,290250	1,660551	1,984467	2,365002	2,626931	3,175486
99	0,676976	1,290161	1,660391	1,984217	2,364606	2,626405	3,174604
100	0,676951	1,290075	1,660234	1,983972	2,364217	2,625891	3,173739
101	0,676927	1,289990	1,660081	1,983731	2,363837	2,625386	3,172893
102	0,676903	1,289907	1,659930	1,983495	2,363464	2,624891	3,172063
103	0,676879	1,289825	1,659782	1,983264	2,363098	2,624407	3,171250
104	0,676856	1,289745	1,659637	1,983038	2,362739	2,623932	3,170452
105	0,676833	1,289666	1,659495	1,982815	2,362388	2,623465	3,169670
106	0,676811	1,289589	1,659356	1,982597	2,362043	2,623008	3,168904
107	0,676790	1,289514	1,659219	1,982383	2,361704	2,622560	3,168152
108	0,676768	1,289439	1,659085	1,982173	2,361372	2,622120	3,167414
109	0,676747	1,289367	1,658953	1,981967	2,361046	2,621688	3,166690
110	0,676727	1,289295	1,658824	1,981765	2,360726	2,621265	3,165979
111	0,676706	1,289225	1,658697	1,981567	2,360412	2,620849	3,165282
112	0,676687	1,289156	1,658573	1,981372	2,360104	2,620440	3,164597
113	0,676667	1,289088	1,658450	1,981180	2,359801	2,620039	3,163925
114	0,676648	1,289022	1,658330	1,980992	2,359504	2,619645	3,163265
115	0,676629	1,288957	1,658212	1,980808	2,359212	2,619258	3,162616
116	0,676611	1,288892	1,658096	1,980626	2,358924	2,618878	3,161979
117	0,676592	1,288829	1,657982	1,980448	2,358642	2,618504	3,161353
118	0,676575	1,288767	1,657870	1,980272	2,358365	2,618137	3,160738
119	0,676557	1,288706	1,657759	1,980100	2,358093	2,617776	3,160133
120	0,676540	1,288646	1,657651	1,979930	2,357825	2,617421	3,159539

