

DAFTAR PUSTAKA

- Alvin, I., & Widyanto, Prabowo, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling Confero Di Kota Semarang. *SEIKO Jurnal of Manajement and Business*, 3(3), 649.
- Dyaz Renaldi. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pd.Ikram Nusa Persada. *Institutional Repositories & Scientific Journals*, 5–39.
- Efendi, B., & Taufik, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk, Layanan Purna Jual Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda PCX Di Kabupaten Wonosobo (Studi: Pada Kompo Motor Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(4), 1–8.
- Ghozali, I. (2013). No Title. In *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS (7th ed.)*. Badan Peberbit Universitas Diponogoro.
- Giri Sumantri Putra, Nana Darna, I. S. (2019). Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4P (Suatu Studi Pada CV. Sportwear Di Kota Bandung. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4p*.
- M Nurlina. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 2(2004), 6–25.
- Mauliansyah, R. (2018). Pengaruh Positioning terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 818–826. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.687>
- Noor, F., Utari, W., & Mardi W., N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Pt. Salim Ivomas Pratama Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(4), 581–594. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i4.374>
- 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.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.

- Saputra, G. R., & Roswaty, R. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran 4P terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Eceran di Toko Tani Makmur Pagar Alam Sumatera Selatan. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 32–45. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.125>
- Sari, Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Umsu*, 16-Mar-2021.
- Sutanto, A., Silaswara, D., Konsumen, M., Merek, C., & Pembelian, H. K. (2022). Pengaruh Minat Konsumen, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor pada Amboh Motor di Wilayah Tangerang. In *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 2).
- 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 IndahKecamatan Cakung). *Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 147–167.
- 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). No Title. *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.

Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, 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>



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA VARIO DI DEPOK
--

Assalamualaikum wr.wb.

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/sdr/i

Perkenalkan nama saya Arfi Ulya Madani, mahasiswi Universitas Nasional Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penyusunan Tugas Akhir Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA VARIO DI DEPOK".

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan dan partisipasi dari Bapak/Ibu/sdr/i untuk mengisi dan memberikan pendapat maupun informasi dengan sungguh-sungguh agar didapatkan data yang valid.

Peneliti akan menjaga kerahasiaan identitas maupun informasi bapak/ibu/sdr/i. Saya sangat mengapresiasi atas kesediaannya memberikan informasi dan saya ucapkan banyak terima kasih

Hormat saya,

Arfi Ulya Madani



A. Petunjuk Pengisian

Bagian 1 : Identitas Responden

1. Nama Responden
2. Email
3. Jenis Kelamin
 - a. Laki – Laki
 - b. Perempuan
4. Usia
 - a. 17 – 20 tahun
 - b. 21 – 30 tahun
 - c. 31 – 40 tahun
 - d. < 40 tahun
 - e. Lainnya
5. Jenis Pekerjaan
 - a. Mahasiswa/Pelajar
 - b. Karyawan
 - c. Wiraswasta
 - d. Pegawai Negeri

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. Kualitas Produk (X1)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Produk motor Honda Vario memiliki kualitas yang bagus					
2.	Produk motor Honda Vario mudah dikenal					
3.	Desain motor Honda Vario sangat menarik					
4.	Motor Honda Vario sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan					

2. Citra Merek (X2)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Merek Honda Vario memiliki citra yang baik dikalangan masyarakat					
2.	Merek Honda Vario dikembangkan di pabrik yang berteknologi tinggi					
3.	Merek Honda Vario dapat memberikan kenyamanan berkendara secara maksimal					

3. Persepsi Harga (X₃)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Harga motor Honda Vario sesuai dengan kualitas yang ada					
2.	Harga motor Honda Vario dapat bersaing dengan produk lain					
3.	Harga motor Honda Vario sangat terjangkau					
4.	Harga motor Honda Vario sesuai dengan hasil yang diinginkan					

4. Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memutuskan untuk membeli motor Honda Vario karena sesuai dengan yang saya harapkan					
2.	Saya tertarik untuk memiliki motor Honda Vario					
3.	Kebutuhan saya terhadap motor Honda Vario tinggi					
4.	Saya bersedia merekomendasikan motor Honda Vario pada orang lain					

LAMPIRAN 2

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

A. Jawaban Kuisisioner Variabel Kualitas Produk (X1)

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
1	4	5	4	5	18
2	5	5	5	5	20
3	5	5	5	5	20
4	3	4	4	3	14
5	4	5	4	4	17
6	4	5	4	5	18
7	5	5	5	4	19
8	3	3	2	3	11
9	5	5	5	4	19
10	5	5	5	5	20
11	5	5	5	5	20
12	5	5	5	5	20
13	4	5	5	4	18
14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	20
16	3	4	3	4	14
17	4	5	4	5	18
18	5	5	5	5	20
19	5	5	5	5	20
20	4	4	4	4	16
21	5	5	4	5	19
22	5	5	3	4	17
23	4	5	4	4	17
24	3	4	4	3	14
25	4	4	4	4	16
26	4	5	4	3	16
27	3	4	3	4	14

28	4	4	4	4	16
29	4	5	4	4	17
30	5	5	5	5	20
31	4	5	4	4	17
32	4	4	4	4	16
33	4	3	4	4	15
34	3	4	3	4	14
35	5	5	5	5	20
36	5	5	3	4	17
37	4	5	4	4	17
38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	4	5	5	4	18
41	3	4	2	2	11
42	3	4	4	4	15
43	5	5	5	5	20
44	5	5	5	5	20
45	5	5	4	5	19
46	3	5	3	3	14
47	4	4	4	4	16
48	5	5	5	5	20
49	5	5	5	5	20
50	4	4	4	4	16
51	4	5	4	4	17
52	4	4	4	4	16
53	5	5	5	5	20
54	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	16
56	4	4	3	3	14
57	4	4	4	3	15
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16

60	5	5	4	5	19
61	5	5	4	4	18
62	4	4	4	4	16
63	4	4	4	4	16
64	4	4	4	3	15
65	4	5	5	4	18
66	4	5	5	4	18
67	3	5	3	2	13
68	2	5	3	2	12
69	3	4	3	3	13
70	4	5	5	4	18
71	4	4	4	4	16
72	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	20
74	4	4	4	4	16
75	5	5	4	5	19
76	5	5	5	5	20
77	4	4	4	4	16
78	4	5	4	4	17
79	5	5	5	5	20
80	5	5	5	5	20
81	4	4	4	4	16
82	5	5	5	5	20
83	5	5	5	5	20
84	4	5	4	5	18
85	4	5	4	5	18
86	5	4	3	4	16
87	4	5	4	5	18
88	5	2	3	4	14
89	4	5	3	4	16
90	3	4	5	2	14
91	4	4	4	3	15

92	4	5	4	5	18
93	4	5	3	3	15
94	4	3	5	4	16
95	5	5	5	5	20
96	4	4	4	5	17
97	5	5	4	4	18
98	4	5	5	4	18
99	4	4	4	5	17
100	5	5	4	4	18

B. Jawaban Kuisiner Variabel Citra Merek (X2)

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2
1	4	3	4	3	5	19
2	3	4	3	4	3	18
3	4	3	4	3	4	17
4	3	4	3	4	3	18
5	4	3	4	3	4	17
6	3	4	3	4	3	18
7	4	3	4	3	4	17
8	3	3	3	2	2	18
9	4	3	4	3	4	13
10	5	5	5	5	5	18
11	5	5	5	5	5	25
12	5	4	5	5	5	25
13	4	5	4	5	4	24
14	5	3	5	5	5	22
15	5	5	5	5	3	23
16	4	3	3	4	5	23
17	5	5	5	5	4	19
18	5	5	5	3	5	24
19	5	5	5	5	5	23
20	5	5	5	5	5	25

21	5	5	5	5	5	25
22	5	5	3	4	4	25
23	4	4	4	5	5	21
24	4	3	3	4	4	22
25	4	4	4	4	4	18
26	4	5	4	4	4	20
27	4	4	3	2	3	21
28	4	4	4	4	4	16
29	4	5	4	4	3	20
30	5	5	5	5	5	20
31	4	4	5	5	5	25
32	4	4	4	4	4	23
33	4	3	4	4	3	20
34	4	4	4	3	4	18
35	5	5	5	5	5	19
36	4	4	4	4	4	25
37	5	5	4	4	4	20
38	5	5	5	5	5	22
39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	5	25
41	3	3	3	3	3	25
42	4	3	5	4	4	15
43	5	5	5	5	5	20
44	5	5	5	5	5	25
45	5	4	5	4	4	25
46	3	4	3	3	4	22
47	1	2	2	3	2	17
48	5	5	5	5	5	10
49	5	5	5	5	5	25
50	4	4	4	4	4	25
51	5	4	4	5	4	20
52	4	4	4	4	4	22

53	5	5	5	5	5	20
54	3	3	4	4	4	25
55	4	4	4	4	4	18
56	4	3	2	4	4	20
57	4	4	4	4	4	17
58	4	5	5	3	4	20
59	4	4	4	4	4	21
60	5	5	5	5	5	20
61	5	5	5	4	5	25
62	4	4	4	4	4	24
63	4	4	4	4	4	20
64	3	4	4	3	4	20
65	3	5	5	5	4	18
66	5	5	4	5	5	22
67	4	4	3	1	2	24
68	2	1	4	2	1	14
69	3	3	3	3	3	10
70	4	3	3	4	4	15
71	4	4	4	4	4	18
72	5	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	5	25
74	4	4	4	4	4	25
75	5	5	5	5	5	20
76	5	5	5	5	5	25
77	4	4	5	5	4	25
78	4	4	4	4	5	22
79	5	5	5	5	5	21
80	5	5	5	5	5	25
81	4	4	4	5	4	25
82	4	4	4	4	5	21
83	5	5	5	5	5	21
84	4	5	4	5	4	25

85	4	5	4	5	4	22
86	5	4	5	4	5	22
87	4	5	4	5	4	23
88	4	5	4	5	4	22
89	5	4	3	4	5	22
90	4	2	3	3	2	21
91	3	4	4	3	4	14
92	5	4	5	4	5	18
93	5	4	3	3	5	23
94	5	3	4	5	4	20
95	5	4	4	4	5	21
96	5	5	4	3	3	22
97	5	5	5	4	5	20
98	4	3	5	5	4	24
99	4	5	3	4	3	19
100	5	4	3	4	5	21

C. Jawaban Kuisiner Variabel Persepsi Harga (X3)

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total X3
1	4	5	4	5	18
2	5	5	5	5	20
3	5	5	3	4	17
4	3	3	3	3	12
5	4	4	4	4	16
6	4	5	5	4	18
7	4	5	4	5	18
8	2	2	3	3	10
9	5	5	5	5	20
10	5	5	5	5	20
11	5	5	5	5	20
12	4	5	5	5	19
13	4	5	5	5	19

14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	20
16	4	4	3	5	16
17	4	5	5	5	19
18	5	5	5	5	20
19	5	5	5	5	20
20	4	4	4	4	16
21	5	5	5	5	20
22	3	4	3	3	13
23	4	4	4	4	16
24	3	4	3	3	13
25	4	4	4	4	16
26	4	3	3	4	14
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	4	4	2	2	12
30	5	5	5	5	20
31	4	5	4	5	18
32	4	4	4	4	16
33	4	3	4	5	16
34	4	4	4	4	16
35	5	5	5	5	20
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	5	5	5	5	20
41	3	3	3	3	12
42	5	5	4	4	18
43	5	5	5	5	20
44	5	5	5	5	20
45	5	5	4	5	19

46	3	3	2	3	11
47	3	3	3	3	12
48	5	5	5	5	20
49	5	5	3	5	18
50	4	4	4	4	16
51	3	4	4	4	15
52	4	4	4	4	16
53	5	5	5	5	20
54	2	4	2	4	12
55	4	4	4	4	16
56	3	4	4	4	15
57	3	4	3	3	13
58	4	5	3	4	16
59	4	4	4	4	16
60	5	4	5	4	18
61	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16
63	4	4	4	4	16
64	3	4	3	3	13
65	4	4	3	4	15
66	4	5	5	5	19
67	4	3	3	3	13
68	3	4	5	3	15
69	3	3	3	3	12
70	3	4	3	4	14
71	4	4	4	4	16
72	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	20
74	4	4	4	4	16
75	5	5	5	5	20
76	5	5	5	5	20
77	4	4	5	4	17

78	4	4	4	4	16
79	5	5	5	5	20
80	5	5	5	5	20
81	4	5	4	4	17
82	4	5	5	4	18
83	5	5	5	5	20
84	4	5	4	5	18
85	5	4	5	4	18
86	4	5	4	5	18
87	4	5	4	5	18
88	3	4	4	4	15
89	5	3	4	5	17
90	3	4	3	5	15
91	4	4	2	2	12
92	4	5	4	5	18
93	5	4	3	4	16
94	5	4	3	4	16
95	4	5	4	5	18
96	5	5	3	4	17
97	4	4	3	4	15
98	5	5	5	5	20
99	5	4	5	4	18
100	4	4	4	5	17

D. Jawaban Kuisiner Variabel Keputusan Pembelian (Y)

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
1	4	5	4	5	18
2	4	5	4	5	18
3	5	5	4	4	18
4	3	3	3	4	13
5	4	4	3	3	14
6	4	4	3	5	16

7	4	5	4	5	18
8	3	2	3	2	10
9	5	5	5	5	20
10	5	5	5	5	20
11	5	5	5	5	20
12	4	5	5	5	19
13	4	5	4	5	18
14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	20
16	4	3	3	4	14
17	5	4	5	5	19
18	5	5	5	5	20
19	5	5	5	5	20
20	4	4	4	5	17
21	5	5	5	5	20
22	4	4	4	4	16
23	4	4	4	5	17
24	3	4	3	4	14
25	4	4	4	4	16
26	4	3	3	4	14
27	2	2	3	2	9
28	4	4	4	4	16
29	3	4	4	4	15
30	5	5	5	5	20
31	5	5	4	5	19
32	4	4	4	4	16
33	4	3	4	4	15
34	4	4	3	3	14
35	5	5	5	5	20
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	5	5	5	5	20

39	5	5	5	5	20
40	5	5	5	5	20
41	2	2	2	3	9
42	4	4	4	4	16
43	5	5	5	5	20
44	5	5	5	5	20
45	5	5	4	4	18
46	2	3	2	3	10
47	3	3	3	3	12
48	5	5	5	5	20
49	5	5	5	5	20
50	4	3	4	4	15
51	4	4	3	5	16
52	4	4	4	4	16
53	5	5	5	5	20
54	4	4	3	4	15
55	4	4	4	4	16
56	4	3	4	4	15
57	4	5	5	4	18
58	4	4	3	3	14
59	4	4	5	4	17
60	5	4	4	5	18
61	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16
63	4	4	4	4	16
64	4	4	4	3	15
65	4	4	3	5	16
66	4	4	5	5	18
67	2	1	1	1	5
68	1	4	4	2	11
69	3	3	3	3	12
70	3	4	3	4	14

71	5	4	4	4	17
72	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	20
74	4	4	4	4	16
75	5	5	5	5	20
76	5	5	5	5	20
77	4	5	4	5	18
78	4	3	3	4	14
79	5	5	5	5	20
80	5	5	5	5	20
81	4	4	4	5	17
82	5	5	4	4	18
83	5	5	5	5	20
84	4	5	4	5	18
85	4	5	4	5	18
86	5	5	5	4	19
87	4	5	4	5	18
88	3	3	4	5	15
89	3	4	5	4	16
90	4	4	3	3	14
91	4	4	2	3	13
92	5	4	4	4	17
93	4	4	4	3	15
94	4	5	4	5	18
95	4	5	4	4	17
96	4	4	4	3	15
97	5	5	5	4	19
98	4	4	4	5	17
99	4	4	5	5	18
100	4	4	4	5	17

LAMPIRAN 3

HASIL PENGUJIAN PENELITIAN

A. Uji Validitas

1. Kualitas Produk (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,457	,345	,223*	,552**
	Sig. (2-tailed)		,944	,114	,024	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,457	1	,349**	,150	,446**
	Sig. (2-tailed)	,944		,000	,133	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,457	,349**	1	,150	,172
	Sig. (2-tailed)	,114	,000		,082	,083
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,223*	,150	,250	1	,654**
	Sig. (2-tailed)	,024	,133	,082		,000
	N	100	100	100	100	100
Kualitas Produk	Pearson Correlation	,552**	,446**	,172	,654**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,083	,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).

2. Citra Merek (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Citra Merek
X2.1	Pearson Correlation	1	,351**	,251*	,314**	,465**	,690**
	Sig. (2-tailed)		,000	,012	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,351**	1	,334**	,367**	,354**	,720**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,251*	,334**	1	,199*	,232*	,597**
	Sig. (2-tailed)	,012	,001		,047	,020	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,314**	,367**	,199*	1	,238*	,646**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,047		,017	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,465**	,354**	,232*	,238*	1	,692**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,020	,017		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Citra Merek	Pearson Correlation	,690**	,720**	,597**	,646**	,692**	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).

3. Persepsi Harga (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Persepsi Harga
X3.1	Pearson Correlation	1	,589**	,669**	,631**	,843**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,589**	1	,565**	,614**	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,669**	,565**	1	,753**	,888**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,631**	,614**	,753**	1	,882**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Persepsi Harga	Pearson Correlation	,843**	,798**	,888**	,882**	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	,706**	,685**	,601**	,445**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,706**	1	,731**	,698**	,646**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,685**	,731**	1	,646**	,548**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000

	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,601**	,698**	,646**	1	,531**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,445**	,646**	,548**	,531**	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. Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
,820	4

2. Citra Merek (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,898	5

3. Persepsi Harga (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,875	4

4. Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,893	4

C. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.14355147
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.063
	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		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	.622	1.215		.512	.610		
	Kualitas Produk	.157	.074	.193	2.136	.035	.436	2.295
	Citra Merek	.368	.082	.353	4.472	.000	.571	1.750
	Persepsi Harga	.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)	2,656	,547		1,423	,000
	Kualitas Produk	,076	,054	-,237	1,391	,167
	Citra Merek	,030	,030	,123	,982	,234
	Persepsi Harga	,063	,043	-,243	1,464	,146

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), Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga					
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
	Kualitas Produk	.157	.074	.193	2.136	.035
	Citra Merek	.368	.082	.353	4.472	.000
	Persepsi Harga	.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	82,007	3	27,336	22,100	,000 ^b
	Residual	118,743	96	1,237		
	Total	200,750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

I. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 ^a	.645	.621	1.11472
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga				
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	1.705		.512	.610
	Kualitas Produk	.225	.074	.194	2.125	.023
	Citra Merek	.368	.050	.212	4.250	.000
	Persepsi Harga	.241	.097	.304	4.298	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

S1- Manajemen, S1- Akuntansi, dan S1- Pariwisata

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

P.O. Box 4/41 Jakarta 1204 / Homepage : <http://www.unas.ac.id>, E-mail : febunas49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193402516080
Nama : ARFI ULYA MADANI
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
31 October, 2022	assalamualaikum ibu, berikut adalah tugas akhir saya dalam bentuk word, mohon koreksinya bu, terimakasih.	Sudah Ditanggapi
10 November, 2022	selamat siang bu, berikut saya lampirkan proposal skripsi bab 1	Sudah Ditanggapi
10 November, 2022	selamat siang bu, berikut saya lampirkan proposal skripsi bab 2	Sudah Ditanggapi
10 November, 2022	selamat siang bu, berikut saya lampirkan proposal skripsi bab 3	Sudah Ditanggapi
12 November, 2022	assalamualaikum bu, berikut adalah hasil revisi saya, mohon untuk persetujuan seminar proposal, terimakasih bu	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
1 December, 2022	revisi bab 1 2 3 (seminar proposal)	Sudah Ditanggapi
21 January, 2023	bab 1-5	Sudah Ditanggapi
29 January, 2023	revisi bab 1 - 5	Sudah Ditanggapi
3 February, 2023	revisi bab 1 - 5	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
4 February, 2023	revisi bab 1 - 5	Sudah Ditanggapi

ARFI ULYA MADANI - TA

ORIGINALITY REPORT

19% SIMILARITY INDEX	20% INTERNET SOURCES	11% PUBLICATIONS	0% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.stei.ac.id Internet Source	3%
2	repository.umsu.ac.id Internet Source	2%
3	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
4	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
5	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
6	repository.upstegal.ac.id Internet Source	1%
7	repository.usd.ac.id Internet Source	1%
8	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	1%
9	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%