

## DAFTAR PUSTAKA

- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2).
- Samosir, C. B. H., & Prayoga, A. B. (2015). Jurnal Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-c. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 96826.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Wahyuningsih, D. W. (2019). Pengaruh variasi produk, harga dan promosi penjualan terhadap keputusan konsumen dalam membeli motor yamaha n-max di Wonogiri. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Febriansyah, E. (2020). Pengaruh Promosi, Store Atmosphere, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. (*JEMS Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*, 1(1), 20-24.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh desain kemasan, cita rasa, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Bumi Anugerah. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 455-463.
- Kridaningsih, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition Di Kota Mojokerto. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 7(2), 1-10.
- Firdiansyah, D., & Prawoto, E. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Journal Of Economic, Business And Engineering (Jebe)*, 2(2), 314-320.

- Cahya, F. M., Wulan, I. A. D. P., & Damayanti, R. (2019). Analisis Celebrity Endorsment, Variasi Produk, Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 88-98.
- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh desain kemasan, cita rasa, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Bumi Anugerah. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 455-463.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96-107.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio.
- Raharjo, K., & Santosa, S. B. (2015). *Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di TB Rajawali Kalicilik, Demak* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149-159.
- Nuryanti, B. L., & Rahman, A. Y. (2008). Pengaruh variasi dan kemasan produk terhadap keputusan pembelian teh kotak ultrajaya (Survei pada Mahasiswa FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia). *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 8(2), 31-43.
- Susanti, N., Halin, H., & Kurniawan, M. (2018). Pengaruh bauran pemasaran (4p) terhadap keputusan pembelian perumahan pt. Berlian bersaudara propertindo (Studi Kasus Perumahan Taman Arizona 1 Taman Arizona 2 dan Taman Arizona 3 di Talang Jambi Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 43-49.
- Yunita, M., & Elwisam, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Sunsilk Pada Indomaret Wilayah Pasar Minggu Jakarta Selatan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 13(2).
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).

Ambarwati, T. P. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Kasus Pada Konsumen Handphone Samsung Di Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, STIE YKPN)

P., K., & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. pearson education.

Philip, K. (2008). *Manajemen Pemasaran*

Ghozal, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Kedelapan)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Kuesioner Penelitian

**PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP GORENG DI AGEN SEMBAKO KELURAHAN KUMPAY BANTEN**

Assalamualaikum Wr. Wb

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam

Perkenalkan nama saya Ilma Fitria, mahasiswi Universitas Nasional, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul "PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP GORENG DI AGEN SEMBAKO KELURAHAN KUMPAY BANTEN"

Dengan ini saya memohon kepada rekan-rekan untuk memberikan jawaban sesuai yang dirahasiakan. Kuesioner berhubungan dengan persepsi anda sebagai konsumen yang membeli produk Mie Sedaap Goreng. Saya akan menjaga data yang rekan-rekan 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 Wr.Wb

Hormat saya

Ilma Fitria

**Keterangan :**

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

**Karakteristik :**

Omset Perbulan :

- Rp 500.000
- Rp 500.000 - Rp 1.000.000
- Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000
- Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000
- Rp 2.000.000 – Rp 2.500.000

Apakah pernah melakukan pembelian Mie Sedaap Goreng di Agen Sembako Kelurahan Kumpay Banten?

 YA

 Tidak
**1. Variasi Produk (X<sub>1</sub>)**

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Besarnya ukuran Mie Sedaap Goreng sesuai dengan keinginan konsumen					
2	Mie Sedaap Goreng mempunyai kemasan yang menarik sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli					
3	Di Agen sembako Kelurahan Kumpay Banten selalu tersedia produk Mie Sedaap Goreng					

## 2. Citra Merek (X2)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Mie Sedaap Goreng merupakan merek yang terkenal dan mudah diingat					
2	Mie Sedaap Goreng merupakan merek yang mempunyai citra yang baik melebihi merek lain.					
3	Mie Sedaap Goreng merupakan merek terbaik sehingga konsumen memutuskan memilih merek Mie Sedaap					

## 3. Persepsi Harga (X3)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Harga yang diberikan Mie Sedaap Goreng lebih murah dibandingkan merek mie instan lain					
2	Harga yang di bayar sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen dari pembelian Mie Sedaap Goreng.					
3	Harga jual Mie Sedaap Goreng di Agen Sembako Kelurahan Kumpay Banten terjangkau					

## 4. Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan terus membeli Mie Sedaap Goreng di Agen Sembako Kelurahan Kumpay Banten					
2	Saya selalu membeli produk Mie Sedaap Goreng di Agen Sembako Kelurahan Kumpay Banten					
3	Saya akan merekomendasikan Mie Sedaap Goreng kepada mitra lain					
4	Saya senantiasa melakukan pembelian ulang Mie Sedaap Goreng di Agen Sembako Kelurahan Kumpay Banten					

## Lampiran 2

### Tabulasi Jawaban Responden

Responden	Variasi Produk (X1)			Total
	Jawaban Pertanyaan			
	X1.1	X1.2	X1.3	T.X1
1	4	4	3	11
2	4	3	3	10
3	5	4	3	12
4	4	5	4	13
5	4	4	4	12
6	5	4	4	13
7	4	4	4	12
8	4	5	4	13
9	4	4	5	13
10	4	4	4	12
11	4	4	4	12
12	5	4	4	13
13	4	4	2	10
14	5	4	3	12
15	4	3	4	11
16	4	4	3	11
17	4	4	4	12
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	4	4	3	11
21	5	4	4	13
22	4	5	4	13
23	4	4	3	11
24	5	3	2	10
25	4	5	5	14
26	3	4	4	11
27	5	3	4	12
28	5	5	4	14
29	4	4	3	11
30	2	5	4	11
31	3	4	4	11
32	5	4	5	14
33	5	5	4	14
34	5	4	4	13

35	4	4	4	12
36	4	5	4	13
37	4	4	3	11
38	5	4	5	14
39	4	4	5	13
40	4	5	4	13
41	4	4	4	12
42	4	4	3	11
42	5	4	5	14
44	5	4	3	12
45	4	5	4	13
46	5	4	4	13
47	4	4	3	11
48	4	4	5	13
49	4	5	5	14
50	4	4	3	11
51	1	5	4	10
52	4	4	3	11
53	5	2	4	11
54	1	5	2	8
55	5	4	4	13
56	3	3	1	7
57	3	3	2	8
58	3	3	4	10
59	3	3	1	7
60	3	4	3	10
61	3	4	4	11
62	3	4	3	10
63	4	3	3	10
64	4	4	3	11
65	3	3	3	9
66	4	3	2	9
67	4	3	4	11
68	4	4	3	11
69	3	3	3	9
70	4	3	3	10
71	4	3	3	10
72	4	4	4	12
73	3	4	3	10
74	4	3	4	11
75	4	3	3	10



76	4	3	3	10
77	4	3	3	10
78	4	3	3	10
79	4	3	3	10
80	4	3	4	11
81	3	4	4	11
82	4	3	2	9
83	4	3	3	10
84	4	3	2	9
85	3	4	3	10
86	3	4	3	10
87	4	3	3	10
88	3	3	4	10
89	5	4	3	12
90	4	3	4	11
91	3	4	4	11
92	5	4	3	12
93	3	4	3	10
94	5	3	4	12
95	4	3	3	10
96	4	3	4	11
97	3	4	4	11
98	3	4	4	11
99	3	4	3	10
100	3	3	4	10



Responden	Citra Merek (X2)			Total
	Jawaban Pertanyaan			
	X2.1	X2.2	X2.3	T.X2
1	5	3	5	13
2	5	4	2	11
3	3	5	5	13
4	4	5	5	14
5	4	4	4	12
6	4	5	5	14
7	3	4	4	11
8	4	5	5	14
9	3	5	4	12
10	5	4	4	13
11	4	4	4	12
12	3	5	2	10
13	3	5	5	13
14	3	4	3	10
15	4	3	3	10
16	4	5	5	14
17	4	4	4	12
18	4	5	5	14
19	4	4	4	12
20	3	3	3	9
21	4	5	5	14
22	4	4	4	12
23	3	5	5	13
24	4	3	3	10
25	3	4	3	10
26	5	4	5	14
27	4	3	4	11
28	4	4	4	12
29	3	4	5	12
30	4	4	2	10
31	3	4	4	11
32	3	5	5	13
33	5	5	5	15
34	4	5	5	14
35	4	4	2	10
36	5	5	5	15
37	4	5	5	14
38	3	5	2	10

39	4	2	5	11
40	4	4	5	13
41	4	4	2	10
42	4	3	5	12
42	3	4	4	11
44	4	4	4	12
45	5	5	4	14
46	4	4	4	12
47	4	4	4	12
48	3	4	5	12
49	4	5	5	14
50	3	4	4	11
51	3	2	4	9
52	3	3	5	11
53	4	2	5	11
54	1	3	2	6
55	4	5	4	13
56	5	2	4	11
57	4	5	3	12
58	4	3	4	11
59	4	3	4	11
60	4	4	3	11
61	4	4	4	12
62	4	4	3	11
63	3	4	3	10
64	4	4	3	11
65	4	3	4	11
66	4	3	3	10
67	3	3	4	10
68	4	4	3	11
69	4	3	4	11
70	4	4	3	11
71	4	5	4	13
72	3	3	4	10
73	4	3	4	11
74	3	4	3	10
75	4	3	3	10
76	4	3	4	11
77	4	4	3	11
78	4	3	3	10
79	3	4	3	10

80	4	3	3	10
81	4	3	3	10
82	5	4	3	12
83	4	3	3	10
84	3	3	4	10
85	4	3	3	10
86	4	3	4	11
87	4	5	4	13
88	3	4	3	10
89	2	4	3	9
90	4	3	4	11
91	3	5	3	11
92	4	3	3	10
93	5	4	3	12
94	3	4	3	10
95	4	3	4	11
96	4	3	4	11
97	3	4	3	10
98	3	4	3	10
99	4	3	3	10
100	3	4	4	11



Responden	Persepsi Harga (X3)			Total
	Jawaban Pertanyaan			
	X3.1	X3.2	X3.3	T.X3
1	3	2	4	9
2	5	2	1	8
3	4	4	4	12
4	5	4	4	13
5	4	4	4	12
6	5	5	4	14
7	4	5	5	14
8	5	4	5	14
9	4	4	4	12
10	5	5	5	15
11	4	4	4	12
12	2	2	5	9
13	4	4	4	12
14	5	4	3	12
15	3	3	3	9
16	4	4	4	12
17	4	4	5	13
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	3	3	3	9
21	3	4	5	12
22	4	4	4	12
23	3	4	4	11
24	5	3	2	10
25	4	3	4	11
26	5	5	5	15
27	4	4	4	12
28	5	5	4	14
29	4	4	5	13
30	2	4	5	11
31	3	3	4	10
32	5	4	5	14
33	5	4	4	13
34	5	5	4	14
35	4	5	5	14
36	4	4	4	12
37	4	4	4	12
38	4	4	5	13

39	2	4	4	10
40	5	4	4	13
41	4	4	4	12
42	4	3	5	12
42	2	4	5	11
44	4	4	4	12
45	5	5	4	14
46	4	4	4	12
47	3	3	4	10
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	4	3	3	10
51	1	2	3	6
52	4	3	4	11
53	5	4	3	12
54	1	1	2	4
55	3	3	3	9
56	3	2	3	8
57	3	5	3	11
58	4	3	3	10
59	4	3	3	10
60	3	4	3	10
61	4	3	4	11
62	3	4	4	11
63	4	3	4	11
64	4	3	4	11
65	4	4	3	11
66	4	4	3	11
67	4	4	3	11
68	4	4	3	11
69	5	3	3	11
70	4	4	3	11
71	4	4	2	10
72	3	3	4	10
73	4	3	4	11
74	3	4	5	12
75	3	3	3	9
76	4	3	3	10
77	4	4	3	11
78	3	3	4	10
79	4	4	3	11

80	4	4	3	11
81	4	3	3	10
82	1	5	3	9
83	4	3	4	11
84	4	3	5	12
85	2	4	5	11
86	3	4	3	10
87	3	5	4	12
88	5	3	4	12
89	3	4	3	10
90	3	3	3	9
91	4	5	4	13
92	5	4	3	12
93	4	3	4	11
94	3	3	4	10
95	4	3	4	11
96	3	4	3	10
97	3	4	4	11
98	4	4	3	11
99	3	4	3	10
100	4	3	4	11



Responden	Keputusan Pembelian (Y)				Total
	Jawaban Pertanyaan				
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	5	1	2	2	10
2	4	3	1	1	9
3	5	5	5	5	20
4	5	5	2	2	14
5	4	4	4	4	16
6	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	20
8	5	2	5	5	17
9	4	4	4	4	16
10	4	4	5	5	18
11	5	5	5	5	20
12	2	2	4	4	12
13	4	4	4	4	16
14	5	4	5	5	19
15	4	3	3	3	13
16	5	5	5	5	20
17	4	5	4	4	17
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16
20	3	3	3	3	12
21	3	4	4	3	14
22	4	4	4	4	16
23	4	4	3	4	15
24	4	4	3	3	14
25	3	5	5	3	16
26	5	5	4	5	19
27	5	4	3	4	16
28	4	4	4	4	16
29	5	4	4	4	17
30	5	2	4	4	15
31	4	3	3	4	14
32	5	5	4	5	19
33	4	4	5	4	17
34	4	4	5	4	17
35	5	5	5	5	20
36	5	5	5	5	20



37	4	4	4	4	16
38	5	1	5	5	16
39	4	5	5	4	18
40	2	2	5	5	14
41	4	4	4	4	16
42	4	4	3	4	15
42	5	5	5	5	20
44	4	4	4	4	16
45	5	5	5	5	20
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	5	5	5	5	20
49	5	5	4	5	19
50	4	4	3	3	14
51	2	5	1	2	10
52	3	4	3	3	13
53	4	2	4	5	15
54	1	4	3	2	10
55	3	5	2	3	13
56	1	3	3	3	10
57	3	3	4	3	13
58	3	3	4	3	13
59	4	3	4	3	14
60	3	3	4	3	13
61	4	3	3	4	14
62	4	3	3	3	13
63	3	4	3	3	13
64	4	3	3	4	14
65	4	3	3	3	13
66	3	4	4	3	14
67	5	4	3	4	16
68	4	3	3	4	14
69	4	3	3	4	14
70	4	3	4	3	14
71	3	4	3	4	14
72	3	4	4	3	14
73	4	3	3	4	14
74	4	3	3	4	14
75	4	3	3	4	14
76	3	4	4	3	14
77	3	4	4	3	14

78	4	3	3	4	14
79	5	4	4	3	16
80	4	3	3	3	13
81	4	4	3	4	15
82	4	3	4	4	15
83	3	4	3	3	13
84	4	2	3	1	10
85	4	3	5	3	15
86	3	4	4	3	14
87	3	4	3	3	13
88	3	4	3	4	14
89	3	4	4	1	12
90	5	4	3	3	15
91	3	4	3	4	14
92	4	3	4	3	14
93	4	3	4	3	14
94	4	3	4	4	15
95	3	3	4	5	15
96	4	3	5	3	15
97	3	3	4	3	13
98	4	3	3	2	12
99	4	4	3	3	14
100	3	4	3	3	13



### Lampiran 3

#### 1. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	1	5	3.90	.798
X1.2	100	2	5	3.79	.671
X1.3	100	1	5	3.50	.823
Variasi Produk	100	7	14	11.19	1.529
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	100	1	5	3.75	.687
X2.2	100	2	5	3.86	.829
X2.3	100	2	5	3.78	.894
Citra Merek	100	6	15	11.39	1.550
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1	100	1	5	3.75	.914
X3.2	100	1	5	3.69	.787
X3.3	100	1	5	3.76	.806
Persepsi Harga	100	4	15	11.20	1.729
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	100	1	5	3.89	.875
Y2	100	1	5	3.71	.913
Y3	100	1	5	3.74	.895
Y4	100	1	5	3.67	.954
Keputusan Pembelian	100	9	20	15.01	2.560
Valid N (listwise)	100				



## Lampiran 4

### 2. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

##### Hasil Uji Validitas Variasi Produk

Variabel	Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Sign
Variasi Produk	Pertanyaan 1	0,596	0,196	0,000
	Pertanyaan 2	0,581	0,196	0,000
	Pertanyaan 3	0,807	0,196	0,000

Sumber : Data diolah SPSS Versi 23.

##### Hasil Uji Validitas Citra Merek

Variabel	Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Sign
Citra Merek	Pertanyaan 1	0,529	0,196	0,000
	Pertanyaan 2	0,625	0,196	0,000
	Pertanyaan 3	0,748	0,196	0,000

Sumber : Data diolah SPSS Versi 23.

##### Hasil Uji Validitas Persepsi Harga

Variabel	Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Sign
Persepsi Harga	Pertanyaan 1	0,684	0,196	0,000
	Pertanyaan 2	0,758	0,196	0,000
	Pertanyaan 3	0,629	0,196	0,000

Sumber : Data diolah SPSS Versi 23.

##### Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Variabel	Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Sign
Keputusan Pembelian	Pertanyaan 1	0,452	0,196	0,000
	Pertanyaan 2	0,273	0,196	0,000
	Pertanyaan 3	0,597	0,196	0,000
	Pertanyaan 4	0,198	0,196	0,000

Sumber : Data diolah SPSS Versi 23.

#### b. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha	Keterangan
Variasi Produk ( $X_1$ )	0,779	0,6	Reliabel
Citra Merek ( $X_2$ )	0,791	0,6	Reliabel
Persepsi Harga ( $X_3$ )	0,720	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian ( $Y$ )	0,752	0,6	Reliabel

## Lampiran 5

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.75105129
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.063
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.114 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		.516
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

#### b. Uji Multikolinearitas

	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Variasi Produk	,710	1,408
	Citra Merek	,653	1,531
	Persepsi Harga	,574	1,743
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian			

**c. Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.487	,999		-.487	,627
	Variasi Produk	,165	,088	,222	1,880	,063
	Citra Merek	,060	,090	,081	,662	,510
	Persepsi Harga	-.063	,086	-.096	-.733	,465

a. Dependent Variable: abs\_res

**d. Uji Autokorelasi**

Model	Durbin-Watson
1	2,109

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**e. Analisis Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.201	1.581		-.127	.899
	Variasi Produk	.508	.139	.304	3.665	.000
	Citra Merek	.182	.143	.110	1.276	.205
	Persepsi Harga	.665	.136	.449	4.873	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Lampiran 6

### 4. Uji Kelayakan Model

#### a. Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	345,438	3	115,146	36,416	,000 <sup>b</sup>
	Residual	303,552	96	3,162		
	Total	648,990	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Variasi Produk, Citra Merek						

#### b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,532	,532	,518	1,778
a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Variasi Produk, Citra Merek				



## Lampiran 7

### 1. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.201	1.581		-.127	.899
	Variasi Produk	.508	.139	.304	3.665	.000
	Citra Merek	.182	.143	.110	1.276	.205
	Persepsi Harga	.665	.136	.449	4.873	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						



## Lampiran 8

### Hasil Turnitin

ILMA FITRIA - TA

ORIGINALITY REPORT

<b>20%</b>	<b>21%</b>	<b>9%</b>	<b>0%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	4%
2	<a href="http://repository.upstegal.ac.id">repository.upstegal.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://repository.pelitabangsa.ac.id:8080">repository.pelitabangsa.ac.id:8080</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://www.usni.ac.id">www.usni.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://repository.stieipwija.ac.id">repository.stieipwija.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://epub.imandiri.id">epub.imandiri.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://repository.unj.ac.id">repository.unj.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	1%

10	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1 %
11	jurnal.pancabudi.ac.id Internet Source	1 %
12	repository.usm.ac.id Internet Source	1 %
13	ejournal.unida.gontor.ac.id Internet Source	1 %
14	Sallimah Ika Putri Malau, Nuri Aslami. "Analisis Faktor Perilaku Pembelian Bisnis terhadap Pasar Bisnis", El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2022 Publication	1 %
15	repository.stiewidyagalumajang.ac.id Internet Source	1 %
16	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1 %
17	www.jurnal.uts.ac.id Internet Source	1 %
18	repositori.buddhidharma.ac.id Internet Source	1 %
19	edoc.site Internet Source	1 %
Exclude quotes <input checked="" type="checkbox"/> On		Exclude matches <input type="checkbox"/> < 1%
Exclude bibliography <input checked="" type="checkbox"/> On		