

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). Metodologi penelitian kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*. Aswaja Pressindo. Yogyakarta.
- Afif, M., & Aswati, N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah *MS Glow* (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Perawatan Wajah *MS Glow* di sKecamatan Prigen). *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4.
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Garaida, & Darmanah. (2019). Metodologi Penelitian. In *Journal of Marketing*. CV. hira tech. Lampung Selatan.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hamzah, lies maria, Awaludin, I., & Maimunah, E. (2016). Pengantar Statistik Ekonomi. CV. Anugrah Utama Raharja (AURA). Lampung.
- Handayani, L. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare *Nature Republic* Pada Generasi *Millenial* Di Kota Medan. Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Indraningsih, R. N., & Fauzi, R. U. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek Dan Selebriti *Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Scarlett Whitening* Di Kota Madiun. *SIMBA : Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 4(0).
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan. Unitomo Press. Jawa Timur.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening*. *Cakrawangsa Bisnis : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1), 1–22.
- Khayah, B. Z., & Marpaung, N. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Scarlett Whitening* (Studi Kasus Daerah Cikarang Kabupaten Bekasi). *Parameter*, 7(1), 141–154.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Pearson Education, Inc.

- Lestari, R., Digdowiseiso, K., & Safrina, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga terhadap Tingkat Penjualan Melalui *Digital Marketing* UMKM Industri Makanan dan Minuman di Kecamatan Pancoran Jakarta Selatan Saat Pandemi Covid-19. *Jurna Ilmiah Indonesia*, 07, 3.
- Lumban, G. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap keputusan Pembelian Scarlettwhitening Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hkbp Nommensen Medan. 7, 1–11.
- Musfar, T. F. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam manajemen pemasaran.
- Malik, F., Yaqoob, S., dan Aslam, A. S. (2012). *The impact of price perception, kualitas pelayanan, and brand image on customer loyalty (study of hospitality industry in pakistan)*. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business*, 5, 487-505
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Buku ajar dasar-dasar statistik penelitian. Sibuku media. yogyakarta.
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In *Cv. Wade Group*.
- Rangian, M. C., Wenas, R. S., Lintong, D. C. H., & Ratulangi, U. S. (2022). *Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon the Analysis of the Effect of Product Quality , Price Perception and Brand Ambassador Towards Consumer Purchase Decision in Product of Ms Glow Skincare in Tomoho*. 10(3), 284–294.
- Saktiana, N., & Miftahuddin, M. A. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal (Studi pada Konsumen Pengguna Kosmetik Berlabel Halal di Purwokerto). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 1(1), 45.
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Scarlett Whitening*. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342.
- Sari, E. N. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Emina Bright Stuff* (*Survei* pada Konsumen *Emina Bright Stuff* di *Tasikmalaya*). 1(11), 3980–3983.
- Satriadi, Wanawir, & Hendrayani, E. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI). Yogyakarta.

- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik *Scarlett Whitening* Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol . 10 No . 4 Oktober 2. 10(4), 320–330.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Somethinc* (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha*, 2(2), 579–599.
- Sule, E T., dan Saefullah, K. (2019). Pengantar Manajemen Pranata Media. Jakarta.
- Tjiptono. (2019). Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan Edisi I. Andi. Yogyakarta.
- Wardhana, hendrayani, sitinjak, yani, yasa, wisataone, sinada 2021. (2021). Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep). Buku Manajemen Pemasaran, June, 126.
- Yunus, F. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Skin Care* Pada Klinik Kecantikan *Ms Glow* Bekasi. Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004, 6–25.



**L
A
M**



Lampiran 1

A. Petunjuk pengisian

Untuk pertanyaan yang berada di bawah ini pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda tepat dengan cara memberi tanda cek list (\checkmark) pada pilihan yang sudah disediakan. Berikut ini adalah petunjuk pengisian kuesioner :

1. Mohon untuk mengisi terlebih dahulu profil responden pada tempat yang sudah disediakan.
2. Berikanlah tanda check list pada salah satu jawaban saying sudah tersedia
3. Setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan untuk memilih salah satu dari alternative jawaban
4. Masing-masing pengisian pada komponen terdapat lima kemungkinan kriteria jawaban untuk setiap penyelesaian pada komponen-koomponen pertanyaan.

Keterangan	Kategori	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

5. Setelah selesai mengisi, periksalah kembali jawaban anda dan pastikan semua telah terjawab

B. Profil Responden

1. Jenis Kelamin

- a. Pria
- b. Wanita

2. Usia

- a. 17-20 tahun
- b. 21- 30 tahun
- c. 31-40 tahun
- d. >40 tahun

3. Pendidikan

- a. SMA
- b. SMK
- c. D3 (Diploma)
- d. S1 (Sarjana)
- e. S2 (magister)
- f. S3 (Doktor)

4. Keputusan Pembelian


- a. 10% - 40% (Tertarik)
- b. 50% - 60% (Netral)
- c. 70% - 80% (Tertarik)
- d. 90% - 100% (Sangat Tertarik)

5. Pernah Melakukan Pembelian Produk Scarlett Whitening

- a. 1 kali
- b. > 1 kali
- c. Tidak Pernah

C. Lembar Kuesioner

1. Kualitas Produk (X1)



No	Prtanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	TST (1)
1	Kemasan produk Scarlett Whitening enak dipandang					
2	Kualitas pada produk Scarlett Whitening dengan fitur yang elegan membuat keputusan masyarakat tertarik					
3	Produk Scarlett Whitening dapat membuat kulit terasa kencang dan tampak bercahaya					
4	Kulit menjadi halus dan mulus setelah menggunakan produk Scarlett Whitening					
5	Produk Scarlett Whitening dikemas dengan baik sehingga dapat menjaga daya tahan produk					

2. Persepsi Harga (X2)

No	Prtanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	TST (1)
1	Harga pada produk Scarlett Whitening terjangkau bagi konsumen					
2	Harga yang di berikan perusahaan lebih murah dibandingkan produk sejenis lainnya					
3	Harga produk Scarlett Whitening yang menarik dengan didukung kualitas yang mendukung membuat asumsi konsumen meningkat					
4	Harga yang ditentukan Scarlett Whitening sesuai dengan kualitas produk					
5	Periode harga terkait promosi yang dilakukan Scarlett Whitening memberikan dampak positif					

3. Promosi (X3)

No	Prtanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	TST (1)
1	Penyampaian pesan promosi pada produk Scarlett Whitening jelas dan mudah diterima					
2	Saya merasa produk Scarlett Whitening memberikan promosi pada waktu tertentu					
3	Saya merasa promosi yang diberikan Scarlett Whitening memiliki durasi rentang waktu yang panjang					

4. Keputusan Pembelian (Y)

No	Prtanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	TST (1)
1	Saya membeli produk Scarlett Whitening karena memiliki kualitas yang baik					
2	Saya membeli produk Scarlett Whitening karena miliki merek dan daya tarik yang baik					
3	Saya membeli produk Scarlett Whitening atas rekomendasi dari wiraniaga					
4	Saya membeli produk Scarlett Whitening kapanpun saya mau					
5	Saya membeli banyak Produk Scarlett Whitening karena ada diskon untuk jumlah pembelian tertentu					

Lampiran 2 Tabel Tabulasi

1. Kualitas Produk (X1)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
1	5	5	4	4	4	22
2	5	3	5	5	5	23
3	5	5	4	4	4	22
4	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	3	3	18
6	3	3	2	5	4	17
7	2	3	2	2	2	11
8	2	2	2	3	3	14
9	3	2	4	4	5	18
10	4	4	5	5	5	23
11	5	3	2	4	5	19
12	2	4	5	3	4	17
13	5	5	4	3	5	22
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	3	23
16	4	4	4	4	5	21
17	4	4	4	4	4	20
18	3	3	2	5	4	17
19	3	3	3	3	3	15
20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	5	5	5	25
22	4	4	4	4	5	21
23	2	3	3	2	3	13
24	4	4	4	4	4	20
25	3	3	3	4	5	18
26	4	4	4	4	5	21
27	4	2	2	4	4	16
28	5	5	5	5	5	25
29	3	3	3	3	3	15
30	5	4	5	4	4	22
31	3	3	3	3	3	15
32	3	2	2	3	2	12
33	4	3	4	4	3	18
34	4	5	4	5	5	23
35	4	4	5	4	4	21
36	3	3	3	3	3	15
37	3	3	3	3	2	14
38	2	3	3	3	3	14
39	4	3	3	4	3	17

40	2	5	5	5	5	22
41	4	3	4	4	3	18
42	4	3	4	4	3	18
43	3	2	3	3	3	14
44	3	4	5	5	5	22
45	4	4	4	4	4	20
46	2	3	3	3	2	13
47	4	5	4	5	4	22
48	5	5	5	5	5	25
49	4	2	4	3	4	14
50	4	4	5	5	4	22
51	4	4	4	5	4	21
52	4	2	3	3	4	15
53	4	4	4	4	5	21
54	1	2	3	4	4	14
55	2	3	3	2	1	11
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	5	4	4	21
58	2	3	3	2	5	15
59	2	2	2	2	4	12
60	3	3	3	3	3	15
61	3	3	3	3	2	14
62	4	4	5	5	4	22
63	5	3	2	4	5	19
64	5	4	5	5	5	24
65	4	4	4	4	5	21
66	3	4	3	3	3	16
67	5	2	2	3	3	15
68	5	4	5	4	5	23
69	2	3	5	3	2	15
70	4	4	4	4	5	21
71	2	3	4	5	4	18
72	4	4	4	4	5	21
73	3	2	5	5	4	19
74	2	2	3	3	5	15
75	4	4	4	5	4	21
76	2	2	4	2	2	12
77	3	2	4	4	5	18
78	2	3	3	2	5	15
79	3	3	3	4	3	16
80	5	5	4	5	4	23
81	2	2	5	3	5	17
82	2	5	2	2	2	13

83	3	3	4	3	3	16
84	5	5	5	5	5	25
85	2	3	4	4	4	17
86	2	5	3	4	4	18
87	3	2	4	4	5	18
88	4	5	5	5	5	24
89	2	5	3	4	4	18
90	2	3	4	4	4	17

2. Persepsi Harga (X2)

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
1	5	5	4	3	5	22
2	4	5	5	5	5	24
3	5	5	5	4	4	23
4	3	4	3	2	3	15
5	5	5	4	5	5	24
6	4	4	4	4	4	20
7	5	5	3	3	3	19
8	5	4	4	4	5	23
9	5	5	3	3	3	19
10	3	2	2	3	3	13
11	3	3	3	3	3	15
12	5	5	3	5	5	23
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25
15	5	3	5	5	5	23
16	4	3	4	3	4	18
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	3	3	18
19	4	4	4	3	4	19
20	4	4	4	4	4	20
21	3	3	3	3	3	15
22	4	3	3	4	3	17
23	5	4	4	5	4	22
24	4	4	4	4	4	20
25	5	4	4	4	5	22
26	4	4	4	4	3	19
27	4	4	5	4	4	21
28	4	4	4	4	4	20
29	5	4	4	5	5	23
30	5	5	5	5	5	25
31	4	4	4	4	4	20

32	4	3	4	3	4	18
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	5	21
35	4	4	4	4	4	20
36	5	4	3	5	4	21
37	5	4	4	5	5	23
38	4	3	3	3	4	17
39	4	3	4	3	4	18
40	3	3	3	3	3	15
41	4	4	4	4	4	20
42	5	5	5	5	5	25
43	4	3	4	4	4	19
44	4	3	3	3	3	16
45	4	3	3	3	4	17
46	3	3	4	3	3	16
47	4	4	4	4	4	20
48	4	3	3	3	4	17
49	5	3	5	5	5	23
50	4	4	4	4	4	20
51	4	3	4	4	4	19
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	5	4	4	4	4	21
55	3	3	3	3	4	16
56	4	3	3	3	3	16
57	5	4	5	4	5	23
58	4	4	3	3	4	18
59	3	3	3	3	3	15
60	4	4	4	4	4	20
61	4	3	3	3	4	17
62	4	3	3	3	4	17
63	4	4	3	4	3	18
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	5	5	4	22
66	5	5	5	5	5	25
67	5	4	4	5	5	23
68	5	4	4	4	4	21
69	3	3	3	3	4	16
70	4	4	3	3	3	17
71	4	3	4	4	3	18
72	4	4	3	3	4	18
73	4	3	3	3	4	17
74	5	5	5	5	5	25

75	4	3	3	3	4	17
76	4	4	3	3	4	18
77	5	4	4	4	5	22
78	4	3	3	4	4	18
79	5	5	5	5	4	24
80	5	5	5	5	5	25
81	5	4	5	4	5	23
82	4	4	4	3	4	19
83	5	4	5	5	5	24
84	3	3	3	3	3	15
85	5	5	5	5	5	25
86	5	5	4	4	5	23
87	4	4	4	4	4	20
88	5	4	3	3	4	19
89	5	4	4	5	5	23
90	4	4	3	4	4	19

3. Promosi (X3)

Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3
1	5	5	5	15
2	4	4	4	12
3	5	5	5	15
4	4	3	3	10
5	4	4	4	12
6	5	5	5	15
7	5	4	4	13
8	4	4	4	12
9	5	4	5	14
10	4	4	4	12
11	3	3	3	9
12	4	5	5	14
13	5	5	5	15
14	5	5	5	15
15	4	5	5	14
16	4	3	3	10
17	4	4	4	12
18	4	4	4	12
19	4	4	3	11
20	4	4	4	12
21	3	4	3	10
22	3	3	4	10
23	4	4	4	12

24	5	4	4	13
25	4	3	4	11
26	4	4	4	12
27	4	4	4	12
28	4	4	4	12
29	5	5	5	15
30	5	5	5	15
31	4	3	3	10
32	4	4	4	12
33	4	4	3	11
34	4	4	4	12
35	4	4	4	12
36	4	4	4	12
37	3	3	4	10
38	4	3	3	10
39	3	3	2	8
40	3	3	3	9
41	4	5	4	13
42	5	4	4	13
43	5	4	5	14
44	3	3	4	10
45	3	3	3	9
46	3	3	4	10
47	4	4	4	12
48	3	3	4	10
49	5	4	4	13
50	4	4	4	12
51	4	3	3	10
52	4	4	4	12
53	4	3	4	11
54	4	4	3	11
55	4	3	3	10
56	4	3	3	10
57	5	4	4	13
58	4	3	3	10
59	4	4	4	12
60	4	3	4	11
61	3	3	3	9
62	4	3	4	11
63	4	3	3	10
64	5	4	4	13
65	4	4	5	13
66	4	4	5	13

67	5	5	5	15
68	5	5	4	14
69	4	3	3	10
70	3	3	3	9
71	3	2	2	7
72	3	3	3	9
73	3	3	4	10
74	3	3	3	9
75	3	3	4	10
76	3	3	3	9
77	4	4	5	13
78	3	3	3	9
79	5	4	5	14
80	5	5	5	15
81	4	4	4	12
82	4	4	4	12
83	5	5	5	15
84	3	3	3	9
85	5	5	5	15
86	5	5	5	15
87	4	4	4	12
88	4	4	3	11
89	4	5	4	13
90	4	4	3	11

4. Keputusan Pembelian (Y)

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
1	5	5	4	4	4	22
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	3	4	18
5	5	4	4	4	4	21
6	4	4	4	4	4	20
7	4	3	3	3	4	17
8	3	3	3	3	3	15
9	4	2	3	3	3	15
10	4	4	4	4	4	20
11	3	3	3	3	3	15
12	4	4	5	5	4	23
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	4	24

16	3	3	3	4	3	14
17	4	4	4	4	5	21
18	4	4	4	4	3	19
19	4	5	5	4	4	22
20	4	4	4	4	3	19
21	3	3	3	4	4	17
22	3	3	3	4	3	16
23	4	4	4	4	5	21
24	4	4	4	4	5	21
25	4	4	3	3	4	18
26	4	4	4	4	4	20
27	3	4	2	3	4	16
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	5	21
30	5	5	5	5	5	25
31	4	4	4	4	3	19
32	4	4	4	4	3	19
33	4	3	4	4	4	19
34	5	5	5	5	5	25
35	4	3	3	5	5	19
36	4	4	4	4	4	20
37	4	3	3	4	4	18
38	4	3	4	3	4	18
39	3	3	3	3	3	15
40	3	3	3	3	3	15
41	5	4	4	4	5	22
42	5	4	4	5	5	23
43	5	5	4	4	5	23
44	3	4	4	4	4	19
45	3	3	4	3	4	17
46	4	4	3	3	4	18
47	4	4	5	5	5	23
48	3	3	4	4	3	17
49	5	4	4	5	5	23
50	5	5	5	5	5	25
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	3	4	19
54	4	4	4	4	4	20
55	3	3	3	3	3	15
56	3	4	3	4	4	18
57	5	5	5	5	4	24
58	3	4	3	3	4	17

59	3	4	3	3	3	16
60	4	3	3	3	4	17
61	4	4	4	4	3	19
62	3	3	4	4	3	17
63	3	3	3	4	3	16
64	5	4	4	5	4	22
65	5	4	5	4	4	25
66	4	5	5	4	5	23
67	4	4	4	4	5	21
68	4	5	5	5	4	23
69	4	3	3	4	4	18
70	3	4	4	4	4	19
71	4	4	4	4	4	20
72	3	4	4	3	4	18
73	4	4	3	3	3	17
74	4	4	3	3	3	17
75	3	3	3	3	4	16
76	4	4	4	4	4	20
77	4	5	4	4	4	21
78	3	3	3	3	3	15
79	4	4	4	5	5	22
80	5	5	5	5	5	25
81	4	4	4	4	5	21
82	3	3	4	4	3	17
83	5	4	4	4	5	22
84	3	3	3	3	3	15
85	5	5	5	5	5	25
86	4	5	5	5	5	24
87	4	4	4	4	5	21
88	4	4	5	4	5	22
89	4	5	5	5	4	23
90	4	4	4	4	4	20

Lampiran 2 Hasil Output Penelitian (SPSS 29)

A. Analisis Deskriptif

1. Mean Kualitas Produk (X1)

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
X1.1	90	1	5	3,48	1,094
X1.2	90	2	5	3,51	1,008
X1.3	90	2	5	3,76	,975
X1.4	90	2	5	3,83	,927
X1.5	90	1	5	3,93	1,015
Kualitas Produk	90	11	25	18,48	3,787
Valid N (listwise)	90				

2. Mean Persepsi Harga (X2)

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
X2.1	90	3	5	4,26	,646
X2.2	90	2	5	3,87	,722
X2.3	90	2	5	3,84	,748
X2.4	90	2	5	3,87	,796
X2.5	90	3	5	4,09	,697
Persepsi Harga	90	13	25	19,93	3,009
Valid N (listwise)	90				

3. Mean Promosi (X3)

Descriptive Statistics						
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation	
X3.1	90	3	5	4,02	,687	
X3.2	90	2	5	3,81	,748	
X3.3	90	2	5	3,89	,771	
Promosi	90	7	15	11,72	1,978	
Valid N (listwise)	90					

4. Mean Keputusan Pembelian (Y)

Descriptive Statistics						
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation	
Y1	90	3	5	3,97	,694	
Y2	90	2	5	3,93	,716	
Y3	90	2	5	3,91	,744	
Y4	90	3	5	3,98	,703	
Y5	90	3	5	4,06	,740	
Keputusan Pembelian	90	14	25	19,86	3,096	
Valid N (listwise)	90					

B. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,445	1,793		,248	,805		
	Kualitas Produk	,196	,056	,240	3,523	<,001	,981	1,019
	Persepsi Harga	,443	,096	,430	4,630	<,001	,526	1,901
	Promosi	,594	,146	,379	4,082	<,001	,526	1,903

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

C. Hasil Uji Instrumen

1. Hasil Analisis Uji Validitas

a. Variabel Kualitas Produk (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Kualitas Produk
X1.1	Pearson Correlation	1	,479**	,395**	,545**	,394**	,747**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90	90
X1.2	Pearson Correlation	,479**	1	,483**	,489**	,308**	,739**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	,003	<,001

	N	90	90	90	90	90	90
X1.3	Pearson Correlation	,395**	,483**	1	,551**	,426**	,735**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90	90
X1.4	Pearson Correlation	,545**	,489**	,551**	1	,550**	,829**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90	90
X1.5	Pearson Correlation	,394**	,308**	,426**	,550**	1	,701**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,003	<,001	<,001		<,001
	N	90	90	90	90	90	90
Kualitas Produk	Pearson Correlation	,747**	,739**	,735**	,829**	,701**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	90	90	90	90	90	90

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

b. Variabel Persepsi Harga (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Persepsi Harga
X2.1	Pearson Correlation	1	,652**	,548**	,657*	,697*	,847**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90	90
X2.2	Pearson Correlation	,652*	1	,544**	,536*	,492*	,772**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90	90

	N	90	90	90	90	90	90
X2.3	Pearson Correlation	,548*	,544**	1	,701*	,630*	,829**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90	90
X2.4	Pearson Correlation	,657*	,536**	,701**	1	,669*	,864**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90	90
X2.5	Pearson Correlation	,697*	,492**	,630**	,669*	1	,838**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	90	90	90	90	90	90
Persepsi Harga	Pearson Correlation	,847*	,772**	,829**	,864*	,838*	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	90	90	90	90	90	90

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

c. Variabel Promosi (X3)

		Correlations			
		X3.1	X3.2	X3.3	Promosi
X3.1	Pearson Correlation	1	,730**	,642**	,873**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90
X3.2	Pearson Correlation	,730**	1	,743**	,921**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	90	90	90	90
X3.3	Pearson Correlation	,642**	,743**	1	,893**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	90	90	90	90

Pro mosi	Pearson Correlation	,873**	,921**	,893**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	90	90	90	90

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

d. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Keputusan Pembelian
Y1	Pearson Correlation	1	,651**	,625**	,620**	,616**	,839**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90	90
Y2	Pearson Correlation	,651**	1	,727**	,600**	,559**	,837**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90	90
Y3	Pearson Correlation	,625**	,727**	1	,748**	,540**	,882**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90	90

	N	90	90	90	90	90	90
Y4	Pearson Correlation	,620**	,600**	,748**	1	,564**	,820**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90	90
Y5	Pearson Correlation	,616**	,559**	,540**	,564**	1	,769**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	90	90	90	90	90	90
Keputusan Pembelajaran	Pearson Correlation	,839**	,837**	,882**	,820**	,769**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	90	90	90	90	90	90

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

2. Hasil Analisis Uji Reliabilitas

a. Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,808	5

b. Persepsi Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,886	5

c. Promosi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,877	3

d. Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,892	5

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Analisis Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		90	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,93495685	
Most Extreme Differences	Absolute	,064	
	Positive	,050	
	Negative	-,064	
Test Statistic		,064	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	,483	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,470
		Upper Bound	,496

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

2. Hasil Analisis Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,445	1,793	,248	,805			
	Kualitas Produk	,196	,056	,240	3,523	<,001	,981	1,019
	Persepsi Harga	,443	,096	,430	4,630	<,001	,526	1,901
	Promosi	,594	,146	,379	4,082	<,001	,526	1,903

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Hasil Analisis Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,781 ^a	,609	,596	1,968	1,736

- a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Produk, Persepsi Harga
- b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

4. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,412	1,101		3,098	,003		
	Kualitas Produk	-,032	,034	-,100	-,942	,349	,981	1,019
	Persepsi Harga	-,001	,059	-,003	-,018	,986	,526	1,901
	Promosi	-,111	,089	-,180	-1,240	,218	,526	1,903

a. Dependent Variable: RES2

E. Hasil Uji Kelayakan Model

1. Hasil Analisis Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	519,901	3	173,300	44,727	<,001 ^b
	Residual	333,221	86	3,875		
	Total	853,122	89			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

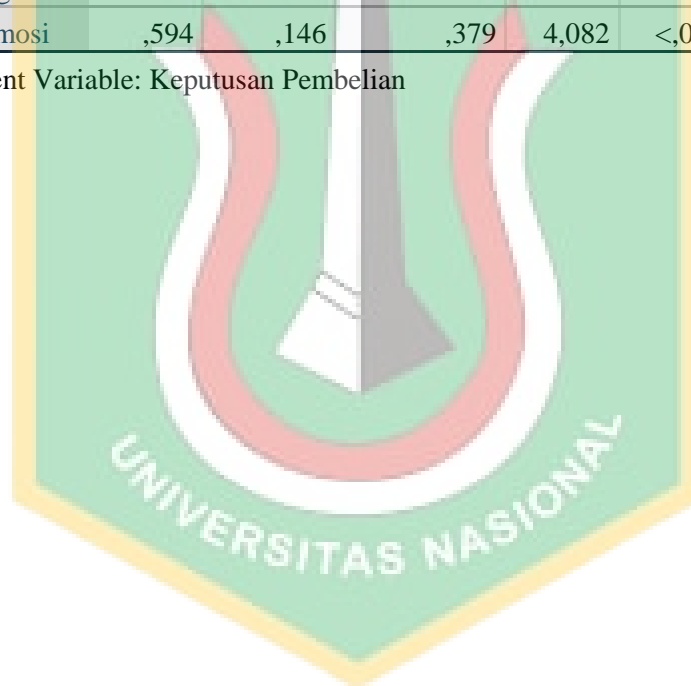
		Model Summary ^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,781 ^a	,609	,596	1,968	1,736

- a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Produk, Persepsi Harga
 b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	,445	1,793		,248	,805		
	Kualitas Produk	,196	,056	,240	3,523	<,001	,981	1,019
	Persepsi Harga	,443	,096	,430	4,630	<,001	,526	1,901
	Promosi	,594	,146	,379	4,082	<,001	,526	1,903

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Lampiran 3

A. Tabel r, Tabel f, Tabel t, dan Tabel Autokorelasi

1. Tabel r

Untuk mendapatkan r tabel, yang dilakukan pertama kali adalah mencari nilai df yaitu dengan cara nilai N (jumlah responden) dikurang 2 yang berarti

$$Df = N - 2$$

$$Df = 90 - 2 = 88$$

Sehingga nilai r tabel dengan df berjumlah 88 dan tingkat signifikansi 0,05 untuk 2 arah adalah nilai **0.2072**

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
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974

26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
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

2. F Tabel

Untuk mendapatkan F tabel, pertama yang dilakukan adalah mengetahui variabel bebas, variabel bebas dari penelitian ini berjumlah 3 variabel dan jumlah sampel nya adalah 90

$$Df N1 = 3$$

$$Df N2 = 90$$

Sehingga nilai f tabel adalah nilai **2,71**

df untuk penyebut (N2)	df untuk membilang (N1)								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18

34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00

83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99

3. T tabel

Untuk mendapatkan F tabel, pertama yang dilakukan adalah mengetahui variabel bebas, variabel bebas dari penelitian ini berjumlah 3 variabel dan jumlah sampel nya adalah 90

$$Df = N - k - 1$$

$$Df = 90 - 3 - 1 = 86$$

Sehingga nilai f tabel adalah nilai **1.98793**

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019

26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567

74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327

4. Tabel Durbin Watson

Untuk mendapatkan Durbin Watson tabel, pertama yang dilakukan adalah mengetahui variabel bebas, variabel bebas dari penelitian ini berjumlah 3 variabel dan jumlah sampel nya adalah 90

K = 3

N = 90

Sehingga nilai Durbin Watson tabel adalah

dL : 1,5889

dU : 1,7264

n	k=1		k=2		k=3	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU
6	0.6102	1.4002				
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964		
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851

20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677
47	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692
48	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739
51	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754
52	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845
58	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860
59	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875
60	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889
61	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904
62	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918
63	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932
64	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946
65	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960
66	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974
67	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988

68	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001
69	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015
70	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028

71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264





UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

Jl. Sawo Mania 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 : 193402516084
Nama : SELVIA ANDRI
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
10 November, 2022	1. pembahasan jurnal 2. pemilihan judul	Sudah Ditanggapi
10 November, 2022	perevisian bab 1	Sudah Ditanggapi
12 November, 2022	revisi bab 1 dan juga bab 2	Sudah Ditanggapi
12 November, 2022	revisi bab 1, 2	Sudah Ditanggapi
12 November, 2022	revisi bab 3	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
2 February, 2023	bab 1 sampai 3 setelah sempro	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	kuesioner bab 4	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	perubahan indikator dari promosi bab 3	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	olah data bab 4	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	bab 1 sampai bab 4	Sudah Ditanggapi

2 February, 2023	revisi bab 1 sampai 4	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	revisi bab 1 sampai 5	Sudah Ditanggapi
3 February, 2023	revisi bab 1 sampai 5	Sudah Ditanggapi



SELVIA ANDRI - TA

ORIGINALITY REPORT

25% SIMILARITY INDEX	12% INTERNET SOURCES	4% PUBLICATIONS	25% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	17%
2	repository.stienobel-indonesia.ac.id Internet Source	5%
3	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	1%
4	Marlina Christiani Rangan, Rudy Steven Wenas, Debry Ch. A Lintong. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK MS GLOW SKINCARE DI KOTA TOMOHON", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022 Publication	1%
5	repository.uhn.ac.id Internet Source	1%
6	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%