

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., & Bancin, J. B. B. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kurniasari, N. D., & Santosa, S. B. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 2(2), 352-363.
- Kristanto, S. E. (2020). Pengaruh Citra Merek Es Krim Wall's Terhadap Minat Beli Konsumen Menurut Ekonomi Syariah (Study Kasus Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru) (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Kotler, P. and Keller, K. (2009) *Manajemen Pemasaran*. 13th edn. Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, K. (2010) *Manajemen Pemasaran*. 13th edn. Erlangga.
- Larasati, I. D. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Lemeshow. 1997. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Jogjakarta. Gadjah Mada University Press.
- Mariana, A. R., Widiyana, M. E., & Istanti, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Cincin Station Ciputra World Surabaya. *Benchmark*, 2(1), 1-10.
- Novalia, I. C. (2020). Pengaruh citra merek, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada cv. boga lestari. *JEKMA*, 1(1).
- Santoso, S. (2012). *Analisis SPSS Pada Statistik Parametrik*. PT. Elex Media Komput Indo.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen (7th ed.)*. Jakarta: Indeks.

- Shinta, A. (2011). Manajemen pemasaran.
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). Bandung: Alfabeta, 28, 1-12.
- Tjiptono, Fandy. (2011). Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS). Yogyakarta: Cv Andi.
- Tjiptono, Fandy, 2015. Brand Management & Strategy. Yogyakarta : Andi
- Ul'fah Hernaeny, M. P. (2021). Populasi Dan Sampel. Pengantar Statistika, 1, 33.
- Usmara, A. (2003), Strategi Baru Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: Amara Books.
- Patty, A. D. K., & Kairupan, D. J. I. (2022). Pengaruh Promosi Melalui Aplikasi Online, Pengalaman Konsumen, Variasi Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Kembali Produk Mixue Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 35(3), 187-198.
- Perdana, E. (2016). Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22 (Christianingrum (ed.)). Lab Kom Manajemen FE UBB.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran brand awereness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111-116.
- Wibowo, R. A. (2019). Manajemen Pemasaran. Radna Andi Wibowo.
- Weenas Jackson R.S. 2013. "Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta". *Jurnal EMBA*. Vol. 1. No. 4. Hal. 607-618

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ICE CREAM MIXUE TELUK GONG

Kepada Yth:

/Saudara/I Responden Di Tempat

Dengan Hormat, Assalamualaikum wr. wb.

Perkenalkan nama saya aldi setiawan, mahasiswa Universitas Nasional Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ICE CREAM MIXUE TELUK GONG"

Dengan kriteria :

Pernah melakukan pembelian produk mixue

Dengan ini saya memohon kepada saudara/i untuk memberikan jawaban yang sesuai. Kuesioner berhubungan dengan keputusan pembelian anda sebagai konsumen pada produk mixue. Saya akan menjaga kerahasiaan data yang

saudara/i berikan. Semua informasi dan jawaban yang anda berikan tidak bernilai benar ataupun salah, namun jawaban terbaik adalah jawaban yang sesuai dengan diri anda. Terima kasih atas bantuan dan kesediaan waktunya.

Wassalamualaikum wr. wb.

A. Identitas Responden

Nama Responden :

1. Usia :

- 10 – 17 Tahun
- 18 – 25 Tahun
- 25 – 32 Tahun

2. Jenis Pekerjaan

- Mahasiswa / Pelajar
- Karyawan
- Wiraswasta
- Pegawai Negeri
- Lainnya

3. Jenis Kelamin

- Perempuan
- Laki – Laki

4. Apakah anda memiliki ketertarikan pada produk Mixue ?

- Iya
- Tidak



B. Petunjuk Pengisian

Petunjuk pengisian kuesioner bagian II:

Responden dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda (√) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pernyataan. Pada masing-masing pernyataan terdapat 5 (lima) alternatif jawaban yang mengacu pada skala likert, yaitu:

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat setuju

Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiannya. Oleh karena itu dimohon untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya atau seobjektif mungkin. Terima kasih.



C. Pernyataan

Pilih jawaban yang paling anda anggap sesuai, berikan tanda (√) pada kolom isian.

KUALITAS PRODUK (X₁)						
NO	PERNYATAAN	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya merasa produk mixue dapat dipercaya kualitasnya					
2	saaya merasa produk mixue memiliki ciri khas sendiri					
3	Saya merasa mixue aman untuk dikonsumsi					
4	Saya merasa mixue memiliki ketahanan produk lebih baik dari kompetitor					
5	Saya merasa pelayanan di mixue cukup baik dan ramah					
6	saya merasa produk ini memiliki tampilan lebih menarik di banding pesaing					
7	Saya merasa reputasi mixue terpercaya					
CITRA MEREK (X₂)						
NO	PERNYATAAN	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Mixue memiliki citra positif di mata konsumen					
2	Memiliki logo unik dan mascot khas					

3	Memiliki kesan yang berkelas					
KUALITAS PELAYANAN (X₃)						
NO	PERNYATAAN	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	saya merasa mixue dapat memenuhi pesanan dengan akurat					
2	Karyawan mixue bersedia membantu pelanggan					
3	Karyawan toko mampu menumbuhkan kepercayaan pada costumer					
4	karyawan menmemberikan pelayanan dengan perhatian terhadap konsumen					
5	Toko menyediakan tempat yang cukup untuk pelanggan yang ingin makan di tempat					
KEPUTUSAN PEMBELIAN Y						
NO	PERNYATAAN	Alternatif jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya membeli produk mixue karna terkenal					
2	Saya membeli produk mixue karna melihat rekomendasi dari internet					
3	Saya akan membeli Kembali produk mixue yang akan datang					

Lampiran 2 Tabulasi Data

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL	X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL
3	3	3	4	4	4	4	25	5	5	5	15
4	5	4	5	5	4	5	32	5	5	5	15
5	5	5	3	3	4	3	28	3	5	5	13
5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	15
4	4	5	3	4	5	3	28	5	4	4	13
4	4	4	4	4	4	4	28	4	5	5	14
5	5	4	4	4	4	4	30	4	5	5	14
4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	15
4	3	4	4	4	3	4	26	4	5	3	12
5	5	4	4	4	5	5	32	4	5	5	14
4	4	4	3	3	4	4	26	3	4	3	10
5	5	4	3	5	5	4	31	5	5	5	15
4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	12
3	4	3	5	3	3	3	24	5	5	5	15
4	5	4	4	4	4	5	30	4	5	3	12
4	5	5	5	4	4	4	31	4	5	4	13
5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	15
4	5	3	5	3	4	3	27	3	4	5	12
4	5	4	5	4	5	5	32	4	5	3	12
5	5	4	4	5	5	5	33	4	5	5	14
4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	15
4	5	4	4	4	4	5	30	4	4	4	12
4	4	4	3	3	4	3	25	5	4	5	14
5	5	5	5	5	4	4	33	5	5	3	13
3	2	4	4	4	4	4	25	5	4	5	14
4	1	2	3	4	3	5	22	3	5	5	13
3	2	2	4	3	4	3	21	5	5	4	14
3	4	3	3	4	4	3	24	5	5	5	15
4	4	5	3	4	5	4	29	4	5	5	14
3	3	3	5	3	3	3	23	5	5	5	15
4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	12
4	5	4	3	4	4	4	28	4	5	4	13
4	4	4	3	3	4	4	26	4	4	4	12
5	4	5	4	5	4	5	32	5	5	4	14
4	5	4	5	5	4	3	30	4	5	4	13
4	4	5	4	3	5	5	30	5	5	3	13
4	4	5	3	4	4	4	28	5	5	4	14
4	5	4	3	4	4	4	28	4	5	4	13
4	4	3	3	5	3	4	26	4	5	3	12
4	3	4	3	3	3	4	24	4	5	3	12
5	4	5	5	4	4	5	32	5	5	5	15
4	3	4	3	3	2	2	21	5	5	3	13
3	3	3	3	3	3	3	21	5	5	3	13
4	4	3	3	4	3	3	24	4	4	3	11
5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	15

4	5	5	5	5	5	5	34	4	5	5	14
4	3	4	3	4	4	4	26	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	15
4	5	5	4	5	5	5	33	4	5	4	13
3	4	3	5	4	4	3	26	3	5	3	11
5	4	5	3	3	4	4	28	5	5	5	15
5	5	4	4	4	4	4	30	5	5	5	15
4	5	5	4	4	5	4	31	5	4	5	14
5	4	5	5	4	4	5	32	4	5	4	13
5	3	2	2	2	3	2	19	2	5	5	12
5	4	5	4	4	4	4	30	4	5	4	13
4	4	5	5	4	3	5	30	4	5	5	14
4	5	5	4	4	5	4	31	4	4	4	12
5	4	4	5	5	5	5	33	5	5	3	13
4	4	3	4	5	5	4	29	4	5	5	14
5	4	5	4	5	5	5	33	4	5	5	14
4	3	3	4	4	4	3	25	4	5	3	12
5	4	4	5	4	5	3	30	4	5	3	12
4	4	5	5	5	5	4	32	4	4	5	13
4	5	4	5	5	5	5	33	4	4	5	13
5	4	3	4	4	5	4	29	3	3	3	9
4	4	5	5	5	5	4	32	5	5	5	15
4	3	3	5	5	5	5	30	4	5	5	14
3	4	3	5	4	4	4	27	4	5	3	12
4	5	3	4	4	5	4	29	5	5	5	15
3	4	5	5	5	5	4	31	4	3	3	10
3	4	3	3	4	5	4	26	5	5	5	15
5	5	3	4	5	5	4	31	4	5	3	12
5	4	4	4	4	4	5	30	5	5	3	13
5	5	4	4	5	4	5	32	4	5	3	12
3	4	5	4	5	5	4	30	5	5	5	15
5	2	3	5	5	4	4	28	3	3	5	11
3	4	4	4	3	4	4	26	4	4	4	12
3	4	5	4	4	5	3	28	5	5	5	15
4	4	3	4	4	4	5	28	3	5	5	13
4	4	5	3	4	4	4	28	5	5	5	15
4	3	3	4	4	5	4	27	5	5	5	15
4	4	3	3	3	3	4	24	5	4	5	14
3	3	4	4	3	4	4	25	5	4	5	14
5	4	5	4	5	3	3	29	4	5	3	12
3	4	4	3	4	4	3	25	3	4	5	12
5	4	3	4	3	4	4	27	5	5	5	15
3	4	4	5	5	5	3	29	3	4	5	12
3	4	5	3	4	3	4	26	5	5	5	15
3	4	4	4	3	4	4	26	5	4	4	13
4	4	5	3	4	4	4	28	4	4	4	12
4	4	4	4	4	5	4	29	5	5	5	15
3	3	4	4	4	3	4	25	5	5	5	15
3	4	4	4	3	4	5	27	5	4	4	13

5	5	3	4	4	5	4	30	5	5	5	15
3	4	3	4	4	3	4	25	4	5	4	13
5	5	5	5	5	5	5	35	4	3	4	11
4	4	4	5	5	5	4	31	5	5	5	15
4	4	4	5	5	5	4	31	4	5	4	13
3	4	4	4	4	3	4	26	4	3	4	11
4	5	5	4	5	5	5	33	4	5	4	13
3	4	3	5	4	4	3	26	3	5	3	11
5	4	5	3	3	4	4	28	5	5	5	15
5	5	4	4	4	4	4	30	5	5	5	15
4	5	5	4	4	5	4	31	5	4	5	14
5	4	5	5	4	4	5	32	4	5	4	13
5	3	5	2	2	3	2	22	2	5	5	12
5	4	5	4	4	4	4	30	4	5	4	13
4	4	5	5	4	3	5	30	4	5	5	14
4	5	5	4	4	5	4	31	4	4	4	12
5	4	4	5	5	5	5	33	5	5	3	13
4	4	3	4	5	5	4	29	4	5	5	14
5	4	5	4	5	5	5	33	4	5	5	14
4	3	3	4	4	4	3	25	4	5	3	12
5	4	4	5	4	5	3	30	4	5	3	12
4	4	5	4	5	5	4	31	4	4	5	13
4	5	4	5	5	5	5	33	4	4	5	13
5	4	3	4	4	5	4	29	3	3	3	9
4	4	5	5	5	5	4	32	5	5	5	15
4	3	3	4	5	5	5	29	4	5	5	14
3	4	3	5	4	4	4	27	4	5	3	12
4	5	3	4	4	5	4	29	5	5	5	15
3	4	3	5	5	5	4	29	4	3	3	10
3	4	3	3	4	5	4	26	5	5	5	15
5	5	3	4	5	5	4	31	4	5	3	12
5	4	4	5	4	4	5	31	5	5	3	13
5	5	4	4	5	4	5	32	4	5	3	12
3	4	3	4	5	5	4	28	5	5	5	15
2	2	5	2	5	4	4	24	3	3	5	11
3	4	4	5	3	4	4	27	4	4	4	12
3	4	5	4	4	5	3	28	5	5	5	15
4	4	3	5	4	4	5	29	3	5	5	13
4	4	3	3	4	4	4	26	5	5	5	15
4	3	5	4	4	5	4	29	5	5	5	15
4	4	3	5	3	3	4	26	5	4	5	14
5	3	4	4	3	4	4	27	5	4	5	14
5	4	5	4	5	3	3	29	4	5	3	12
5	4	4	3	4	4	3	27	3	4	5	12
3	4	3	4	3	4	4	25	5	5	5	15
3	4	4	3	5	5	3	27	3	4	5	12
3	4	5	3	4	3	4	26	5	5	5	15
3	4	4	4	3	4	4	26	5	4	4	13
4	4	5	3	4	4	4	28	4	4	4	12

4	4	4	4	4	5	4	29	5	5	5	15
3	3	4	4	4	3	4	25	5	5	5	15
3	4	4	5	3	4	5	28	5	4	4	13
5	5	3	4	4	5	4	30	5	5	5	15
5	4	3	5	4	3	4	28	4	5	4	13
5	5	5	5	5	5	5	35	4	3	4	11
4	4	4	5	5	5	4	31	5	5	5	15

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL	Y1.1	Y1.2	Y1.3	TOTAL
5	5	5	5	5	25	3	3	5	11
4	5	5	5	5	24	4	5	5	14
4	5	5	5	5	24	5	5	3	13
5	4	5	5	5	24	5	5	5	15
5	5	5	5	5	25	5	4	4	13
5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
5	5	5	5	5	25	4	5	4	13
5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
5	3	3	3	2	16	2	3	4	9
5	3	4	3	4	19	5	4	5	14
3	5	5	5	5	23	3	3	3	9
5	5	5	5	5	25	3	4	5	12
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
4	5	5	5	5	24	4	4	4	12
3	4	3	4	4	18	4	4	5	13
5	4	4	4	5	22	4	4	4	12
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
3	3	3	3	4	16	3	3	3	9
4	5	5	5	4	23	4	5	4	13
5	5	5	4	5	24	3	3	5	11
4	4	4	4	4	20	4	4	5	13
4	4	5	4	4	21	4	5	5	14
5	5	5	5	5	25	5	5	4	14
5	5	5	5	5	25	4	4	3	11
5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
4	4	5	5	1	19	4	3	4	11
1	3	3	4	4	15	2	1	2	5
4	4	4	3	4	19	4	4	4	12
5	5	4	3	3	20	5	2	4	11
5	5	5	5	5	25	2	3	3	8
4	4	4	4	4	20	3	4	4	11
3	4	4	4	2	17	3	3	3	9
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
5	4	5	5	5	24	4	5	5	14
4	4	5	5	3	21	4	3	5	12
4	4	4	4	4	20	5	5	5	15
4	5	4	4	2	19	5	5	4	14

4	5	4	4	4	21	3	3	4	10
4	5	5	5	5	24	3	4	4	11
4	3	4	3	5	19	5	4	5	14
4	4	4	4	1	17	4	3	4	11
2	5	5	5	3	20	2	2	5	9
3	3	3	3	4	16	3	3	3	9
3	5	5	5	5	23	3	4	4	11
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
5	5	4	4	1	19	3	3	4	10
4	4	4	4	4	20	3	3	3	9
1	2	2	5	5	15	5	5	5	15
4	5	4	3	3	19	5	4	5	14
4	3	3	3	2	15	3	3	3	9
4	4	4	3	3	18	5	3	4	12
2	5	2	2	5	16	4	4	4	12
4	5	4	5	4	22	4	5	4	13
5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
5	5	5	5	3	23	4	3	3	10
4	4	4	4	5	21	5	4	4	13
5	5	5	4	3	22	5	4	4	13
5	4	5	3	5	22	4	5	4	13
5	5	5	5	5	25	4	5	5	14
5	4	2	5	4	20	5	4	3	12
5	5	5	5	5	25	5	4	4	13
4	4	5	4	4	21	3	4	3	10
5	5	5	5	5	25	4	5	3	12
5	3	1	2	5	16	4	5	5	14
3	5	5	5	5	23	2	3	5	10
5	3	4	4	5	21	2	4	5	11
5	4	3	4	3	19	3	5	4	12
4	5	5	5	2	21	4	3	4	11
5	4	5	5	5	24	5	3	4	12
5	5	4	4	5	23	2	5	4	11
5	4	4	4	2	19	4	4	3	11
5	4	5	5	5	24	4	5	3	12
5	4	3	3	2	17	3	4	5	12
2	5	4	2	5	18	4	4	3	11
5	4	3	4	2	18	4	4	3	11
1	5	5	5	1	17	4	5	5	14
5	5	5	2	2	19	2	4	5	11
5	5	5	5	5	25	4	5	4	13
5	4	3	4	3	19	4	4	5	13
5	4	4	4	4	21	4	4	3	11
4	3	3	4	5	19	5	5	3	13
4	5	3	5	2	19	4	4	3	11
3	4	3	3	4	17	4	5	5	14

3	4	4	3	5	19	4	5	4	13
5	4	4	4	5	22	4	5	3	12
5	4	4	4	4	21	4	4	5	13
5	5	4	3	2	19	5	5	3	13
4	4	4	4	4	20	5	4	3	12
5	5	4	3	3	20	3	4	4	11
5	5	5	5	5	25	4	5	4	13
4	4	4	3	5	20	4	4	4	12
5	5	5	5	5	25	4	4	5	13
5	5	5	5	5	25	4	5	4	13
5	5	5	5	5	25	5	5	4	14
5	5	5	5	5	25	4	5	3	12
5	5	5	5	5	25	3	3	4	10
5	5	5	5	5	25	4	3	4	11
5	5	5	5	5	25	5	5	4	14
5	5	5	5	5	25	5	5	3	13
5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
4	5	4	3	3	19	5	4	5	14
4	3	3	3	2	15	3	3	3	9
4	4	4	3	3	18	5	3	4	12
2	5	2	2	5	16	4	4	4	12
4	5	4	5	4	22	4	5	4	13
5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
5	5	5	5	3	23	4	3	3	10
4	4	4	4	5	21	5	4	4	13
5	5	5	4	3	22	5	4	4	13
5	4	5	3	5	22	4	5	4	13
5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
5	4	2	5	4	20	5	4	3	12
5	5	5	5	5	25	5	4	4	13
4	4	5	4	4	21	3	4	3	10
5	5	5	5	5	25	4	5	3	12
5	3	1	2	5	16	4	5	5	14
3	5	5	5	5	23	5	3	5	13
5	3	4	4	4	20	2	4	3	9
5	4	3	4	3	19	5	5	4	14
4	5	5	5	2	21	4	3	4	11
5	4	5	5	5	24	5	3	4	12
5	5	4	4	5	23	2	5	4	11
5	4	4	4	2	19	4	4	3	11
5	4	5	5	5	24	4	5	3	12
5	4	3	3	2	17	3	4	5	12
2	5	4	2	5	18	4	4	5	13
5	4	3	4	2	18	5	4	5	14
1	5	5	5	1	17	4	5	3	12
5	5	5	2	2	19	5	4	5	14

5	5	5	5	5	25	4	5	4	13
5	4	3	4	3	19	4	4	5	13
5	4	4	4	4	21	4	4	5	13
4	3	3	4	5	19	5	5	3	13
4	5	3	5	2	19	4	4	5	13
3	4	3	3	4	17	5	5	3	13
3	4	4	3	5	19	5	5	4	14
5	4	4	4	5	22	4	5	3	12
5	4	4	4	4	21	4	4	5	13
5	5	4	3	2	19	5	5	5	15
4	4	4	4	4	20	5	4	3	12
5	5	4	3	3	20	5	4	4	13
5	5	5	5	5	25	4	5	5	14
4	4	4	3	5	20	4	4	4	12
5	5	5	5	5	25	5	4	5	14
5	5	5	5	5	25	4	5	4	13
5	5	5	5	5	25	5	5	4	14
5	5	1	5	5	21	4	5	3	12
5	5	5	5	5	25	5	3	5	12
5	3	5	5	5	23	4	3	5	12
4	5	5	5	5	24	5	5	4	14



Lampiran 3 hasil output spss 24

Uji validitas

Kualitas produk (X₁)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,335**	,199*	,096	,181*	,155	,241**	,521**
	Sig. (2-tailed)		,000	,014	,244	,027	,058	,003	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X1.2	Pearson Correlation	,335**	1	,289**	,246**	,282**	,389**	,283**	,664**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,002	,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X1.3	Pearson Correlation	,199*	,289**	1	,040	,218**	,169*	,225**	,522**
	Sig. (2-tailed)	,014	,000		,631	,007	,039	,006	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X1.4	Pearson Correlation	,096	,246**	,040	1	,366**	,281**	,369**	,564**
	Sig. (2-tailed)	,244	,002	,631		,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X1.5	Pearson Correlation	,181*	,282**	,218**	,366**	1	,504**	,389**	,684**
	Sig. (2-tailed)	,027	,000	,007	,000		,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X1.6	Pearson Correlation	,155	,389**	,169*	,281**	,504**	1	,298**	,649**
	Sig. (2-tailed)	,058	,000	,039	,000	,000		,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X1.7	Pearson Correlation	,241**	,283**	,225**	,369**	,389**	,298**	1	,651**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,006	,000	,000	,000		,000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X1TOTAL	Pearson Correlation	,521**	,664**	,522**	,564**	,684**	,649**	,651**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150

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

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

Citra Merek (X₂)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,279**	,206*	,726**
	Sig. (2-tailed)		,001	,011	,000
	N	150	150	150	150
X2.2	Pearson Correlation	,279**	1	,088	,597**
	Sig. (2-tailed)	,001		,283	,000
	N	150	150	150	150
X2.3	Pearson Correlation	,206*	,088	1	,703**
	Sig. (2-tailed)	,011	,283		,000
	N	150	150	150	150
X2TOTAL	Pearson Correlation	,726**	,597**	,703**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150

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

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

Kualitas Pelayanan (X3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	,148	,217**	,208*	,127	,532**
	Sig. (2-tailed)		,070	,008	,011	,121	,000
	N	150	150	150	150	150	150
X3.2	Pearson Correlation	,148	1	,540**	,381**	,082	,594**
	Sig. (2-tailed)	,070		,000	,000	,321	,000
	N	150	150	150	150	150	150
X3.3	Pearson Correlation	,217**	,540**	1	,533**	,212**	,752**
	Sig. (2-tailed)	,008	,000		,000	,009	,000
	N	150	150	150	150	150	150
X3.4	Pearson Correlation	,208*	,381**	,533**	1	,258**	,726**
	Sig. (2-tailed)	,011	,000	,000		,001	,000
	N	150	150	150	150	150	150
X3.5	Pearson Correlation	,127	,082	,212**	,258**	1	,602**
	Sig. (2-tailed)	,121	,321	,009	,001		,000
	N	150	150	150	150	150	150
X3TOTAL	Pearson Correlation	,532**	,594**	,752**	,726**	,602**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150	150	150

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

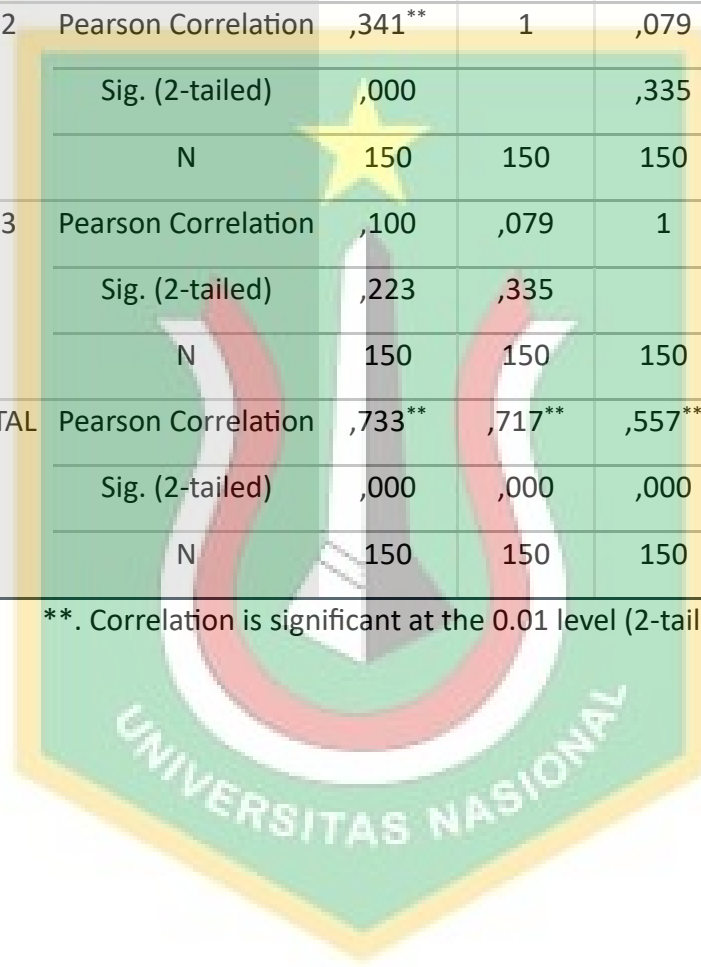
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	YTOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	,341**	,100	,733**
	Sig. (2-tailed)		,000	,223	,000
	N	150	150	150	150
Y1.2	Pearson Correlation	,341**	1	,079	,717**
	Sig. (2-tailed)	,000		,335	,000
	N	150	150	150	150
Y1.3	Pearson Correlation	,100	,079	1	,557**
	Sig. (2-tailed)	,223	,335		,000
	N	150	150	150	150
YTOTAL	Pearson Correlation	,733**	,717**	,557**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150

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



Uji reabilitas

Kualitas produk**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,711	7

Citra merek**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,404	3

Kualitas pelayanan**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,623	5

Keputusan pembelian**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,662	3



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,856	,819		1,044	,298		
	X1	,192	,019	,551	10,207	,000	,986	1,014
	X2	,308	,041	,399	7,429	,000	,993	1,007
	X3	,085	,020	,230	4,258	,000	,987	1,013

a. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	107,684	3	35,895	67,468	,000 ^b
	Residual	77,676	146	,532		
	Total	185,360	149			

a. Dependent Variable: Y

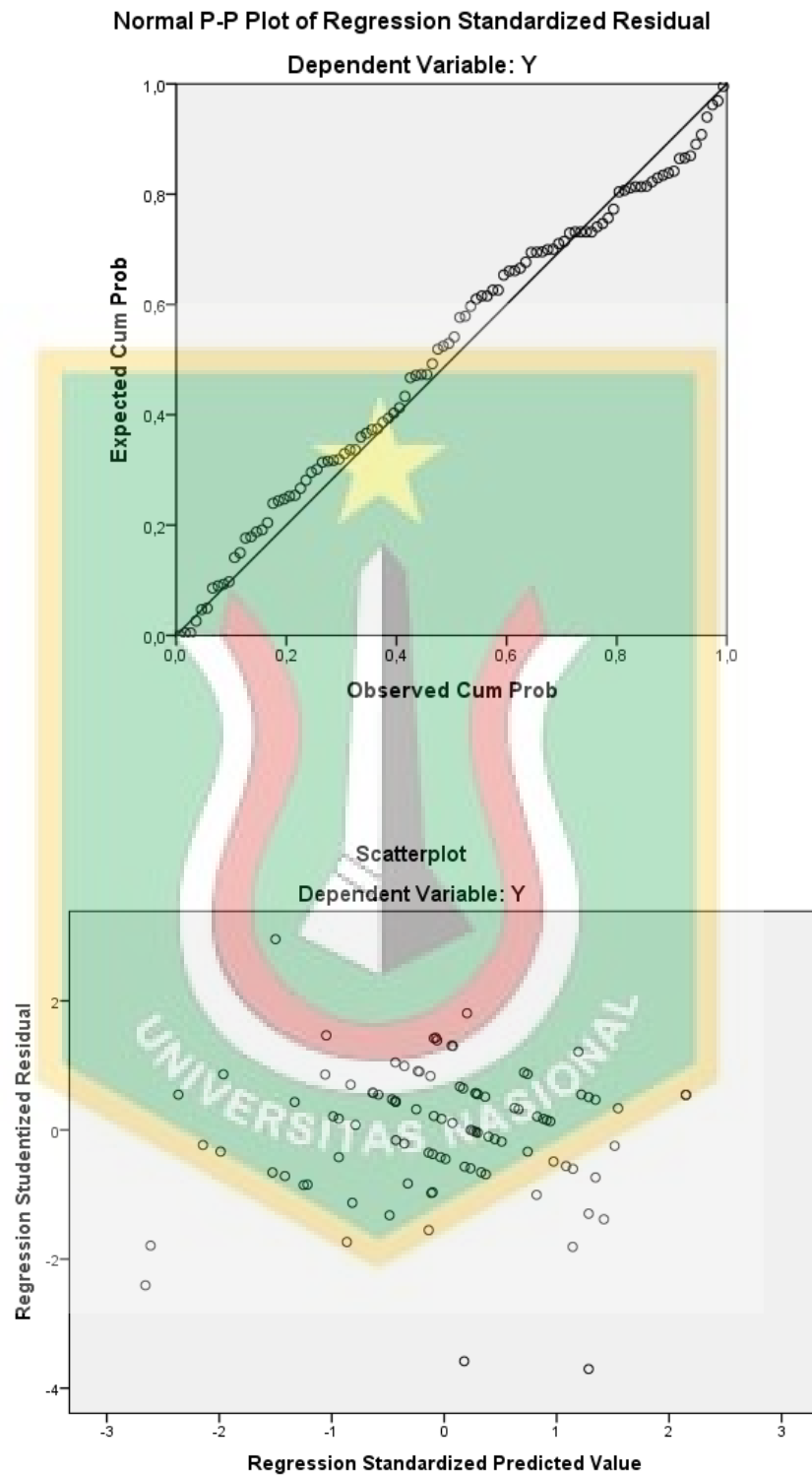
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,762 ^a	,581	,572	,729	1,895

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y



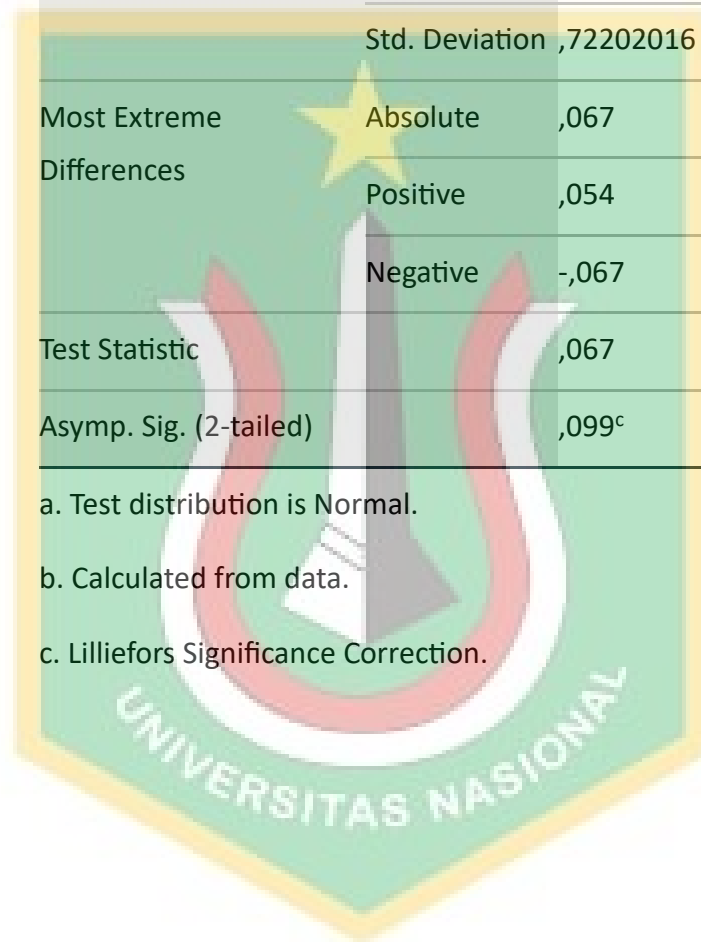
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,72202016
Most Extreme Differences	Absolute	,067
	Positive	,054
	Negative	-,067
Test Statistic		,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		,099 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



Lampiran 4 Turnitin

Skripsi 1

ORIGINALITY REPORT

	11%	15%	13%	8%
	SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES				
1	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source			2%
2	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source			1%
3	eprints.walisongo.ac.id Internet Source			1%
4	pascasarjanafe.untan.ac.id Internet Source			1%
5	repository.uin-suska.ac.id Internet Source			1%
6	digilib.uinsby.ac.id Internet Source			1%
7	repositori.usu.ac.id Internet Source			1%
8	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source			1%
9	library.polmed.ac.id Internet Source			1%

10	repositori.buddhidharma.ac.id Internet Source	1%
11	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
12	eprints.radenfatah.ac.id Internet Source	1%
13	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	1%
14	www.usni.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On Exclude matches < 1%
Exclude bibliography On

