

DAFTAR PUSTAKA

- Adamy. 2016. "Manajemen Sumber Daya Manusia." *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh*.
- Amanda Nurul Anisa. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Nature Republic." *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Nature Republic 3*.
- Arusetyo. 2018. *Minat Beli Pemasaran*. Bandung.
- Benowati, Silvia Gustina, and Tiurniari Purba. 2020. "Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Batam." *Journal of Management, Accounting, Economic and Business* 1(1): 56–70.
- Ernawati. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung." *Wawasan Manajemen*.
- Fatin Oktaviani, Eka, Ratih Hasanah, S Sos, and M Si. 2020. "Pengaruh Kreibilitas Endoser Rachel Vennya Terhadap Minat Beli Scarlett Whitening." *E-Proceeding of Management* 7(2): 4695–4704.
- Fauziah, Ninda. 2019. "Faktor Faktor Brand Image." *Faktor Faktor Brand Image* 2(1).
- Fauziah, Ninda, and Dadan Abdul Aziz Mubarak. 2019. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan." *Image : Jurnal Riset Manajemen* 8(1): 37–44.
- Febrian. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Lembur Batik." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 1.
- Ferdinan. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Gita Puji Destiani. 2020. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken Di Bandung." *E Proceedings of Management*.
- Kotler. 2017. *Fungsi Pasar*. 2nd ed. Bandung: Suryana.
- Kotler & Armstrong. 2019. *Manajemen Pemasaran*. 2nd ed. Yogyakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. 2012. *Definisi Manajemen Pemasaran*. 5th ed. Bandung: Erlangga.
- . 2016. *Faktor Faktor Minat Beli*. Surabaya.
- Kotler, P. & Armstrong. 2012a. "Manajemen Pemasaran." 2.
- . 2012b. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th ed. Erlangga.
- Laraswanti, Novita, and Harini Abrilia Setyawati. 2022. "Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* 4(1): 97–111.
- Liu, Hermanto. 2019. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Di Jakarta Barat)." *Business Management Journal* 15(1): 1–11.
- Mardiana, Nella Ria. 2019. "Analisa Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina." *Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta* 53(9): 1689–99.
www.journal.uta45jakarta.ac.id.
- Prisilia, Monika Nir, and Nurafni Rubiyanti. 2022. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Di Jakarta." *e-Proceeding of Management* 9(3): 1503–11.
- Purnomo. 2016a. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. CV Wade Group.

- . 2016b. *Prinsip Prinsip Harga*. Yogyakarta: Purnomo.
- Rokhma Wati. 2022. “Pengaruh Harga,Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Scoopy Di Yoyakarta.” *Pengaruh Harga,Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Scoopy Di Yoyakarta 1*.
- Sarah Chalida S. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta.
- Sitorus, Christin Valentine, and Agus Maolana Hidayat. 2019. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Iphone Di Bandung Tahun 2019.” *e-Proceeding of Applied Science* 5(2): 637–44.
- Situmorang. 2017. *Penelitian Variable*. Yogyakarta: PT. Gelora Sastra Utama.
- sudana. 2018. *Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data Dengan SPSS*. Erlangga.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. ALFABETA.
- Suryani. 2013. *Prinsip Prinsip Brand Image*. Surabaya: Suryana.
- Zulviani, Mamik, Nurul Akramiah, and Eva Mufidah. 2019. “Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Tas ‘Sophie Martin Paris.’” *Jurnal EMA* 4(1): 1–13.



LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN BRAND IMAGE
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SHAMPO MEREK CLEAR
(STUDI PADA GENERASI Z KECAMATAN CILODONG KOTA
DEPOK)**

Hal: Permohonan Ketersediaan Menjadi Responden

Assalamualaikum Wr.Wb

Kepada Yth:
Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Sehubungan dengan kegiatan penelitian yang saya lakukan pada Produk shampo merek clear, saya mohon kesediaannya untuk dapat mengisi kuesioner ini. Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan Skripsi di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nasional Jakarta dengan Judul: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PRODUK SHAMPO MEREK CLEAR (STUDI PADA GENERASI Z KECAMATAN CILODONG KOTA DEPOK)”**.

Semua informasi yang diterima sebagai hasil pengisian kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis. Saya sangat menghargai pendapat dan kesediaan waktunya dalam mengisi kuesioner ini. Semua informasi yang diterima sebagai hasil pengisian kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis.

Atas kesediaan dan partisipasinya dalam penelitian ini saya ucapkan banyak terima kasih.

Jakarta, 10 Mei 2023
Hormat Saya,



Rahmansah Harahap

Lampiran Kuesioner

Bagian 1 : Petunjuk Pengisian Kuesioner

Identitas Responden :

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
Laki-laki Perempuan
3. Usia :
17 – 23 Tahun
23 – 26 Tahun
26 – 30 Tahun
4. Apakah Anda pengguna Shampo merek clear ?
Iya Tidak

Bagian 2 : Petunjuk Pengisian Kuesioner

Saudara/i diminta untuk memilih salah satu skala Likert dengan penilaian yang diberikan, yaitu : 1 sampai 5 yang tersedia di kolom yang berisi pertanyaan dari setiap variabel yang ada. Terdapat nilai yang tercantum pada kolom skala Likert, diantaranya adalah :

Pernyataan	Penilaian
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Statement Kuesioner

"Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Shampo Merek Clear (Studi Pada Generasi Z Kecamatan Cilodong Kota Depok)"

Kualitas Produk (X1)

No.	Indikator	Stetement atau pertanyaan	SS	S	C	TS	STS
1.	Wujud (Form)	Apakah Bentuk dari shampo clear memiliki khas tersendiri ?					
2.	Ketepatan/kesesuaian (Conformance)	Apakah Shampo clear sesuai dengan kebutuhan rambut saudara ?					
3.	Ketahanan (Durability)	Shampo clear dapat bertahan lama dan bagus untuk rambut ?					
4.	Kinerja (Performance)	Apakah Khasiat yang diberikan oleh shampo clear sesuai dengan rambut saudara?					
5.	Kehandalan (Performance)	Shampo clear sangat baik digunakan setiap hari ?					

Harga (X2)

No.	Indikator	Stetement atau pertanyaan	SS	S	C	TS	STS
1.	Keterjangkauan Harga Produk	Harga yang diberikan sangat terjangkau ?					
2.	Keseuiaian Harga Dengan Kualitas Produk	Shampo clear memiliki kualitas yang baik dibandingkan dengan shampo lainnya?					
3.	Daya saing harga produk	Harga shampo clear mengikuti harga pasaran ?					
4.	Kesesuaian Harga dengan kualitas produk	Kualitas shampo clear sesuai dengan harga yang ditawarkan ?					

Brand Image (X3)

No.	Indikator	Stetement atau pertanyaan	SS	S	C	TS	STS
1.	Citra pembuat	Shampo clear memiliki nama baik dalam produk shampo dan proses produksinya aman untuk digunakan dan layak diedarkan?					
2.	Citra Pemakai	Shampo clear sangat cocok digunakan oleh semua kalangan jenis kelamin ?					
3.	Citra Produk	Shampo clear memiliki citra atau pandangan yang baik bagi pasar dan penggunaanya ?					

Minat Beli (Y)

No.	Indikator	Stetement atau pertanyaan	SS	S	C	TS	STS
1.	Minat transaksional	Shampo clear mudah ditemukan dan saya memiliki dorongan untuk membelinya ?					
2.	Minat referensial	Shampo clear sangat mudah dicari dan saya akan merekomendasikannya kepada orang lain sekitaran saya ?					
3.	Minat prefefersial	Varians shampo clear sangat banyak dan memiliki kandungan dan manfaat yang berbeda satu sama lain dan dipilih salah satu yang akan dibeli ?					
4.	Minat eksploriatif	Saya selalu mencari informasi terkait produk shampo clear sebelum memutuskan untuk membeli shampo clear ?					

Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

Karakteristik Responden

No.	Nama Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pengguna Shampo Clear
Karakteristik Responden				
1	Responden 1	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
2	Responden 2	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
3	Responden 3	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
4	Responden 4	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
5	Responden 5	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
6	Responden 6	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
7	Responden 7	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
8	Responden 8	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
9	Responden 9	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
10	Responden 10	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
11	Responden 11	Laki-laki	23 - 26 Tahun	Iya
12	Responden 12	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
13	Responden 13	Laki-laki	23 - 26 Tahun	Iya
14	Responden 14	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
15	Responden 15	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
16	Responden 16	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
17	Responden 17	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
18	Responden 18	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
19	Responden 19	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
20	Responden 20	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
21	Responden 21	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
22	Responden 22	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
23	Responden 23	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
24	Responden 24	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
25	Responden 25	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
26	Responden 26	Perempuan	23 - 26 Tahun	Iya
27	Responden 27	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
28	Responden 28	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
29	Responden 29	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
30	Responden 30	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
31	Responden 31	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
32	Responden 32	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
33	Responden 33	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
34	Responden 34	Perempuan	23 - 26 Tahun	Iya
35	Responden 35	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
36	Responden 36	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
37	Responden 37	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya

38	Responden 38	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
39	Responden 39	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
40	Responden 40	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
41	Responden 41	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
42	Responden 42	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
43	Responden 43	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
44	Responden 44	Laki-laki	26 - 30 Tahun	Iya
45	Responden 45	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
46	Responden 46	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
47	Responden 47	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
48	Responden 48	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
49	Responden 49	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
50	Responden 50	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
51	Responden 51	Laki-laki	23 - 26 Tahun	Iya
52	Responden 52	Laki-laki	23 - 26 Tahun	Iya
53	Responden 53	Perempuan	26 - 30 Tahun	Iya
54	Responden 54	Perempuan	23 - 26 Tahun	Iya
55	Responden 55	Laki-laki	26 - 30 Tahun	Iya
56	Responden 56	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
57	Responden 57	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
58	Responden 58	Perempuan	26 - 30 Tahun	Iya
59	Responden 59	Laki-laki	26 - 30 Tahun	Iya
60	Responden 60	Perempuan	26 - 30 Tahun	Iya
61	Responden 61	Perempuan	26 - 30 Tahun	Iya
62	Responden 62	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
63	Responden 63	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
64	Responden 64	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
65	Responden 65	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
66	Responden 66	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
67	Responden 67	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
68	Responden 68	Perempuan	23 - 26 Tahun	Iya
69	Responden 69	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
70	Responden 70	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
71	Responden 71	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
72	Responden 72	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
73	Responden 73	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
74	Responden 74	Laki-laki	23 - 26 Tahun	Iya
75	Responden 75	Laki-laki	26 - 30 Tahun	Iya
76	Responden 76	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
77	Responden 77	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
78	Responden 78	Perempuan	23 - 26 Tahun	Iya
79	Responden 79	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
80	Responden 80	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya

81	Responden 81	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
82	Responden 82	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
83	Responden 83	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
84	Responden 84	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
85	Responden 85	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
86	Responden 86	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
87	Responden 87	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
88	Responden 88	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
89	Responden 89	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
90	Responden 90	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
91	Responden 91	Laki-laki	26 - 30 Tahun	Iya
92	Responden 92	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
93	Responden 93	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya
94	Responden 94	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
95	Responden 95	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
96	Responden 96	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
97	Responden 97	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
98	Responden 98	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
99	Responden 99	Perempuan	17 - 23 Tahun	Iya
100	Responden 100	Laki-laki	17 - 23 Tahun	Iya



Kualitas Produk						Harga				
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Tota1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
3	3	3	4	4	17	3	3	4	4	14
3	4	5	5	4	21	4	5	5	5	19
3	5	4	3	5	20	3	3	5	4	15
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
5	4	4	5	4	22	5	4	5	5	19
3	5	4	5	5	22	4	5	5	4	18
3	4	5	5	4	21	3	4	5	4	16
1	1	1	1	5	9	1	1	1	1	4
4	3	5	4	5	21	4	3	5	4	16
4	5	4	5	4	22	3	4	3	5	15
3	4	3	5	4	19	3	3	4	4	14
4	4	5	4	4	21	5	3	5	4	17
4	4	5	4	4	21	5	4	4	5	18
4	5	4	4	3	20	4	5	5	4	18
5	3	4	4	3	19	5	4	4	5	18
3	3	4	5	3	18	3	4	5	5	17
3	3	4	4	3	17	4	3	4	5	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
3	5	4	5	5	22	5	4	5	5	19
1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	4
4	5	4	5	5	23	3	5	2	5	15
4	4	4	4	5	21	5	2	5	4	16
4	4	3	4	5	20	4	4	4	4	16
4	5	4	4	4	21	5	4	4	4	17
4	4	5	5	4	22	5	4	4	4	17
3	4	4	4	3	18	5	4	5	5	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
2	4	4	4	2	16	4	3	4	4	15
4	4	4	2	4	18	4	3	2	4	13
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
3	4	4	4	5	20	3	4	4	4	15
4	5	4	5	2	20	4	3	4	4	15
4	3	5	3	4	19	4	3	4	3	14
4	4	2	2	3	15	4	2	4	4	14
3	4	5	3	4	19	4	3	4	3	14
4	5	4	5	3	21	3	3	4	4	14
4	4	4	5	5	22	4	3	4	5	16
4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	18
4	4	3	5	4	20	4	3	5	4	16

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

4	5	5	4	5	23	4	5	5	4	18
5	4	5	4	5	23	5	4	5	5	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	2	2	2	1	11	3	3	3	3	12
3	4	5	4	5	21	5	3	4	5	17
1	5	2	1	2	11	1	1	2	2	6
3	4	5	4	4	20	4	5	5	4	18
3	4	4	3	5	19	5	4	3	3	15
4	3	3	3	4	17	5	3	4	4	16
5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	19
4	3	3	4	2	16	5	4	5	4	18
4	3	3	3	1	14	3	2	3	3	11
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
5	4	4	4	4	21	5	4	5	5	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
3	4	5	4	4	20	4	4	4	5	17



Brand Image				Minat Beli				
X3.1	X3.2	X3.3	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Total
4	4	5	13	3	4	4	5	16
4	5	5	14	5	4	5	5	19
4	5	5	14	5	5	5	4	19
5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	4	5	14	5	4	3	4	16
4	4	5	13	3	4	5	4	16
5	4	3	12	4	5	3	5	17
1	2	1	4	1	2	2	2	7
4	5	4	13	4	5	4	3	16
4	3	5	12	4	3	5	5	17
4	4	4	12	3	4	4	4	15
4	4	5	13	4	5	3	5	17
5	4	5	14	4	5	3	4	16
5	3	5	13	5	4	5	4	18
5	4	3	12	5	5	4	5	19
2	4	2	8	3	4	5	3	15
3	4	3	10	3	4	4	4	15
4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	5	5	14	5	5	5	4	19
1	1	1	3	1	1	1	1	4
4	5	5	14	5	5	3	3	16
4	2	4	10	4	5	2	4	15
4	4	4	12	5	5	5	4	19
4	4	4	12	4	3	4	4	15
4	5	4	13	5	3	4	4	16
4	5	4	13	4	4	5	4	17
4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	5	5	15	5	5	5	5	20
4	5	4	13	4	2	5	5	16
4	4	3	11	3	3	4	4	14
4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	3	11	4	4	4	3	15
4	5	4	13	5	4	4	5	18
5	4	3	12	4	5	3	3	15
4	4	4	12	4	3	4	4	15
4	5	3	12	4	3	3	4	14
4	3	4	11	4	4	4	4	16
5	5	4	14	2	4	3	4	13
3	3	5	11	3	4	5	5	17
4	4	5	13	4	4	3	5	16
5	4	5	14	4	5	5	5	19

4	3	4	11	5	4	3	4	16
3	4	3	10	4	2	2	4	12
4	4	5	13	5	4	5	3	17
5	5	5	15	5	5	5	5	20
3	3	3	9	3	3	3	3	12
3	5	4	12	4	2	4	2	12
5	5	5	15	5	4	4	5	18
4	4	4	12	4	4	4	4	16
3	5	5	13	4	3	4	4	15
5	5	5	15	5	5	5	4	19
5	5	5	15	5	5	5	5	20
3	4	4	11	5	4	4	4	17
5	5	5	15	4	4	4	5	17
4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	4	12	3	4	4	4	15
1	2	2	5	1	2	1	1	5
5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	5	15	5	5	5	5	20
4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	5	4	14	5	5	5	4	19
4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	5	4	14	5	3	4	4	16
4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	5	5	15	5	5	5	5	20
4	3	3	10	3	3	3	3	12
5	5	4	14	4	4	5	4	17
1	3	3	7	3	3	4	5	15
2	2	2	6	2	2	2	2	8
5	5	4	14	4	5	4	5	18
4	3	4	11	4	3	5	2	14
4	4	5	13	4	5	5	5	19
5	4	5	14	5	4	4	4	17
4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	4	12	5	5	5	5	20
4	3	4	11	5	5	4	4	18
4	4	4	12	4	4	4	2	14
4	3	5	12	4	3	4	5	16
2	4	2	8	4	5	4	3	16
3	4	5	12	3	5	4	5	17
5	4	4	13	4	5	5	5	19
4	5	4	13	4	5	4	5	18
5	4	5	14	4	5	5	4	18

5	4	5	14	5	4	5	4	18
4	4	4	12	4	4	4	4	16
3	3	3	9	3	3	3	3	12
3	5	4	12	5	3	4	5	17
2	2	1	5	1	1	1	2	5
4	5	4	13	4	5	4	3	16
4	4	5	13	3	4	5	5	17
3	4	4	11	4	4	3	3	14
5	5	5	15	5	5	5	5	20
4	5	4	13	4	3	4	5	16
3	4	4	11	4	4	3	4	15
4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	4	14	5	5	4	5	19
4	4	4	12	4	4	4	4	16
3	3	4	10	4	4	4	5	17



Lampiran 3 : Analisis statistik Deskriptif dan Frekuensi

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	100	5	25	19,34	3,906
Harga	100	4	20	15,86	3,207
Brand Image	100	3	15	12,10	2,406
Minat Beli	100	4	20	16,07	3,108
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	1	5	3,75	,903
X1.2	100	1	5	3,86	,995
X1.3	100	1	5	4,00	,943
X1.4	100	1	5	3,88	1,047
X1.5	100	1	5	3,85	1,104
X2.1	100	1	5	3,98	,995
X2.2	100	1	5	3,68	,984
X2.3	100	1	5	4,11	,952
X2.4	100	1	5	4,09	,922
X3.1	100	1	5	3,96	,974
X3.2	100	1	5	4,08	,872
X3.3	100	1	5	4,06	,952
Y1	100	1	5	4,02	,953
Y2	100	1	5	4,00	,964
Y3	100	1	5	4,00	,953
Y4	100	1	5	4,05	,947
Valid N (listwise)	100				

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	46	46,0	46,0	46,0
	Perempuan	54	54,0	54,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 23 Tahun	81	81,0	81,0	81,0
	23 - 26 Tahun	10	10,0	10,0	91,0
	26 - 30 Tahun	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pegguna Shampo Clear

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iya	100	100,0	100,0	100,0



Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reabilitas

Kualitas Produk

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Kualitas Produk
X1.1	Pearson Correlation	1	,433**	,463**	,555**	,337**	,697**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,433**	1	,538**	,643**	,468**	,789**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,463**	,538**	1	,624**	,534**	,804**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,555**	,643**	,624**	1	,535**	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,337**	,468**	,534**	,535**	1	,752**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Kualitas Produk	Pearson Correlation	,697**	,789**	,804**	,862**	,752**	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).

Harga

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Harga
X2.1	Pearson Correlation	1	,530**	,578**	,619**	,822**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,530**	1	,566**	,622**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,578**	,566**	1	,633**	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,619**	,622**	,633**	1	,858**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	,822**	,818**	,832**	,858**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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



Brand Image

		Correlations			
		X3.1	X3.2	X3.3	Brand Image
X3.1	Pearson Correlation	1	,598**	,679**	,890**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,598**	1	,542**	,819**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,679**	,542**	1	,867**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Brand Image	Pearson Correlation	,890**	,819**	,867**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Minat Beli

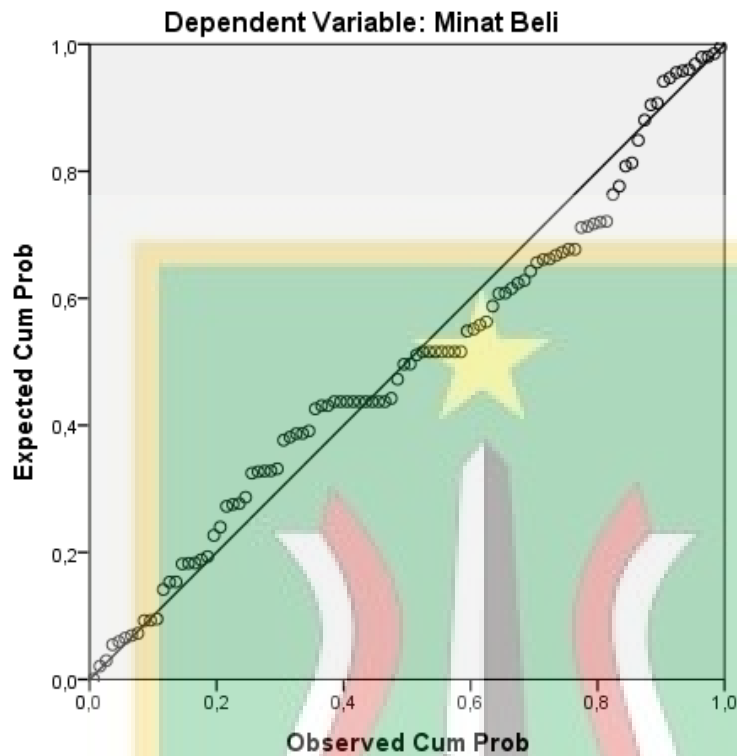
		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	Minat Beli
Y1	Pearson Correlation	1	,594**	,600**	,525**	,835**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,594**	1	,528**	,509**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,600**	,528**	1	,548**	,821**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,525**	,509**	,548**	1	,792**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Minat Beli	Pearson Correlation	,835**	,809**	,821**	,792**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,34111378
Most Extreme Differences	Absolute	,096
	Positive	,096
	Negative	-,075
Test Statistic		,096
Asymp. Sig. (2-tailed)		,024 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed) Sig.		,301 ^d
	99% Confidence Interval Lower Bound	,289
	Upper Bound	,313

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Uji Multikolenialitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk	,255	3,923
Harga	,208	4,806
Brand Image	,268	3,735

a. Dependent Variable: Minat Beli

Uji Heteroskedasitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,854	,486		3,816	,000
Kualitas Produk	,032	,046	,138	,702	,484
Harga	-,107	,062	-,376	-1,732	,087
Brand Image	,016	,072	,044	,227	,821

a. Dependent Variable: Abs_Res

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,902 ^a	,814	,808	1,362	1,981

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Minat Beli

Lampiran 6 : Uji Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,289	,737		1,749	,084
Kualitas Produk	,196	,069	,247	2,827	,006
Harga	,391	,094	,403	4,175	,000
Brand Image	,396	,110	,306	3,600	,001

a. Dependent Variable: Minat Beli

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	778,450	3	259,483	139,899	,000 ^b
Residual	178,060	96	1,855		
Total	956,510	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Brand Image, Kualitas Produk, Harga

Uji R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,902 ^a	,814	,808	1,362

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Minat Beli



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

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

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id>. Email febnas49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193402516035
Nama : RAHMANSAH HARAHAP
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
13 Agustus 2022	Mapping jurnal untuk menentukan variabel	Sudah Ditanggapi
24 Oktober 2022	Bimbingan Bab I	Sudah Ditanggapi
30 Oktober 2022	Bimbingan Bab II	Sudah Ditanggapi
7 November 2022	Bimbingan Bab III	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
10 Mei 2023	kuesioner	Sudah Ditanggapi
15 Mei 2023	revisi kuesioner	Sudah Ditanggapi
28 Mei 2023	hasil kuesioner dan tabulasi	Sudah Ditanggapi
23 Juni 2023	bimbingan bab iv	Sudah Ditanggapi
27 Juni 2023	bimbingan bab iv	Sudah Ditanggapi
15 Juli 2023	bimbingan bab v	Sudah Ditanggapi
28 Juli 2023	full tugas akhir	Sudah Ditanggapi

RAHMANSAH HARAHAHAP - TA

ORIGINALITY REPORT

24%
SIMILARITY INDEX

24%
INTERNET SOURCES

10%
PUBLICATIONS

0%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	3%
2	jurnal.pancabudi.ac.id Internet Source	2%
3	digilib.sttkd.ac.id Internet Source	2%
4	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	2%
5	repository.unwim.ac.id Internet Source	2%
6	repository.unhas.ac.id Internet Source	1%
7	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
8	repositori.usu.ac.id Internet Source	1%
9	dokumen.tech Internet Source	1%